

УДК 791.43

ББК 85.373(2)

ГЕРМЕНЕВТИЧЕСКИЙ АНАЛИЗ КОНКРЕТНЫХ РОССИЙСКИХ АУДИОВИЗУАЛЬНЫХ МЕДИАТЕКСТОВ О ШКОЛЕ И ВУЗЕ НА МЕДИАОБРАЗОВАТЕЛЬНЫХ ЗАНЯТИЯХ СО СТУДЕНТАМИ *

Анастасия Юрьевна Катрич (Шаханская)

Ростовский государственный экономический университет (РИНХ)

Таганрог, Россия

Shahanskaya.anastasia@yandex.ru

Герменевтический анализ конкретного российского аудиовизуального медиатекста о школе и вузе на медиаобразовательных занятиях со студентами сделан автором на примере комедийного телесериала «Физрук» (2014-2016). Рассчитанные в основном на молодежную аудиторию телесериалы на тему школы и вуза имеют развлекательный характер и невысокую художественную ценность. Тем не менее, могут быть интересны для герменевтического анализа в студенческой аудитории в историческом, идеологическом, социокультурном и др. контекстах.

Ключевые слова: герменевтический анализ, медиаобразование, студент, школьник, школа, вуз, педагог, медиатекст, телесериал.

** 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.*

THE HERMENEUTICAL ANALYSIS OF SPECIFIC SOVIET AUDIOVISUAL MEDIA TEXTS ABOUT A SCHOOL AND A HIGHER EDUCATION INSTITUTION AT MEDIA EDUCATIONAL CLASSES *

Anastasia Jurevna Katrich (Shahanskaya)

Rostov State University of Economics

Taganrog, Russia

Shahanskaya.anastasia@yandex.ru

In this article using a comedy TV series “Fizruk” (“Physical education teacher”) (2014-2016) as an example is made the hermeneutical analysis of the specific Soviet audiovisual media text about a school and a higher education institution at media educational classes. TV series on the theme of school and higher education institution designed mainly for the youth audience have an entertaining character and low artistic value. Nevertheless, they can be interesting for hermeneutic analysis in the student audience in historical, ideological, socio-cultural and other contexts.

Keywords: hermeneutical analysis, media education, student, school student, school, higher education institution, teacher, media text, TV series.

** This article is written within the framework of a study financially supported by the grant of the Russian Science Foundation (RSF). Project 17-18-01001 «School and university in the mirror of the Soviet, Russian and Western audiovisual media texts», performed at Rostov State University of Economics.*

Введение

Просмотр телесериалов на сегодняшний день – распространенное проведение досуга российскими зрителями. Тематика их широка и охватывает различную целевую аудиторию. Темы школы и вуза в последние годы все чаще

встречаются среди российских ситуационных коммерческих телесериалов. Рассчитанные в основном на молодежную аудиторию, они имеют развлекательный характер и невысокую художественную ценность. Тем не менее, могут быть интересны для герменевтического анализа в студенческой аудитории в историческом, идеологическом, социокультурном и др. контекстах.

Материалы и методы исследования

Материал нашего исследования – российские аудиовизуальные медиатексты на тему школы и вуза (телевизионный сериал «Физрук» (2014-2016). Основной метод – герменевтический анализ конкретного медиапроизведения (включая: анализ стереотипов, идеологический анализ, идентификационный анализ, иконографический анализ, сюжетный анализ, анализ характеров персонажей и др.), антропологический и гендерный анализ. Мы будем использовать методологии герменевтического анализа медиатекстов, разработанные А. Силверблаттом [Silverblatt, 2001, с. 80-81] и У.Эко [Эко, 2005, с. 209]. А также опираться на ключевые слова медиаобразования, такие как: «медийные агентства» (media agencies), «категории медиа/медиатекстов» (media/media text categories), «медийные технологии» (media technologies), «языки медиа» (media languages), «медийные репрезентации» (media representations) и «медийная аудитория» (media audiences); а также на творческие задания, разработанные А. В. Федоровым [Фёдоров, 2007].

Дискуссия

Для работы со студенческой аудиторией над анализом медиатекстов разработан ряд технологий, методик, программ и творческих заданий, как зарубежными [Silverblatt, 2001; Эко, 2005; Bazalgette, 1995; Masterman, 1997; Semali, 2000 и др.], так и отечественными авторами [Зазнобина, 1996; Нечай, 1989; Федоров, 2006; Федоров, 2012; Челышева, 2009 и др.].

Герменевтический анализ медиатекстов предполагает выполнение студентами ряда творческих заданий, они могут быть направлены на изменение различных компонентов произведений, играют важную роль в формировании

умений восприятия и последующего анализа произведений медиакультуры. Студенты придумывают, а затем обсуждают различные варианты названий медиатекстов, убеждаясь при этом, как существенно изменяется восприятие одной и той же истории, решенной в том или ином жанре. Меняя в своих работах время и место действия, жанр, композицию медиатекста, студенты могут проявить свои творческие способности, фантазию, воображение [Фёдоров, 2007].

Результаты исследования

Место действия, исторический, религиозный, культурный, политический, идеологический контекст.

1. Исторический контекст.

а) особенности исторического периода создания медиатекстов, условия рынка, которые способствовали замыслу, процессу создания медиатекстов, степень влияния событий того времени на медиатексты.

Доминирующие понятия: «медийные агентства», «категории медиа/медиатекстов», «медийные технологии», «медийная аудитория».

Средства массовой информации сегодня широко распространены и имеют большие возможности для влияния на общественное сознание. Несмотря на стремительное развитие сети интернет и социальных сетей, просмотр телевизора на сегодняшний день – одна самых массовых практик медиапотребления.

По данным социологических опросов, более 80% взрослого населения РФ смотрит телевизор хотя бы раз в неделю и две трети делают это каждый день. Средние показатели телепотребления среди населения России остаются довольно высокими по сравнению с общемировыми [Вартанова, Коломийц, 2018].

«Основной контент российского ТВ – сериалы: из года в год они занимают треть времени вещания на семи крупнейших по охвату аудитории телеканалах. Чтобы посмотреть все серии, которые «Первый канал», «Россия-1», «НТВ», «СТС», «ТНТ», «Пятый канал» и телеканал «РЕН» показали в 2015 году, понадобилось бы 625 суток» [Рувинский, 2016].

Появившись в Америке 1930-х годах, сериалы были в основном ориентированы на домохозяек, но их популярность, как и аудитория быстро росли.

В нашей стране распространение «мыльные оперы» получили в 1988-1990-х гг.: «Рабыня Изаура», «Просто Мария», «Богатые тоже плачут», «Санта Барбара» (2137 серий) завоевали многомиллионную и совершенно разную аудиторию.

«Принцип сериальности является одним из продуктивных в оформлении современного телевизионного контента. Он позволяет тиражировать, популяризировать наиболее зрелищную, коммерчески выгодную телепродукцию» [Захарченко, 2017, с. 56].

Особую популярность среди молодежи получили телевизионные ситуационные комедии, в том числе и на тему школы и вуза. В XXI веке отчетливо обозначился приоритет сериала в школьно-студенческой тематике. Конечно, в первую очередь, это было связано с тем, что заработать деньги на кинопрокате фильмов о школе и вузе стало практически невозможно, а телесериалы (даже художественно малозначимые) за счет доходов от рекламы стали приносить существенную прибыль [Почепцов, 2017].

«Началось всё с незатейливой, построенной по американским стандартам ситуационной комедии «Общага» (2001), которая стала эскизом к последовавшим далее комедийным сериалам о студенческой жизни: «Театральная академия» (2002), «Веселая компания» (2003), «Студенты» (2005), «Тронутые» (2005), «Студенты-2» (2006), «Студенты International» (2006), «Универ» (2008-2011), «Универ: день открытых дверей» (2013), «Универ: новая общага» (2011-2016), «Филфак» (2017). К слову, никогда ранее студенческая тематика не занимала столь заметного места в отечественном кино/телерепертуаре» [Федоров, Левицкая, Горбаткова, 2017, с. 4]. Немало было снято и сериалов на школьную тему «Вовочка» (2000-2004), «Ранетки» (2008-2010), «Школа» (2010) и др.

«Телевизионные сериалы представляют собой феномен массовой культуры, возникший в 20 веке, занимающий значительное место по содержательным, временными и функциональным позициям. Такая их значимость в массовой культуре связана с рядом причин. Они заполняют телевизионное время в связи с большим количеством каналов. Чрезвычайно велика социальная значимость,

так как позволяют проводить определённые мировоззренческие ориентиры, постулаты и тем самым воздействовать на сознание телезрителей» [Попова, Ромаха, 2008, с. 236].

Большая часть представленных на российском экране телевизионных сериалов отечественного производства на школьную и студенческую тематику, к сожалению, не представляют особой художественной ценности и имеют чисто коммерческие цели, но в силу распространенности и легкодоступности транслируемые в них понятия, образцы и нравственные нормы, способы решения проблем могут формировать определенные модели поведения и транслировать определенный образ школы и вуза в целом. «Сила сериала в его воздействии на наши мозги. Незаметным образом он заменил романы, которые в этой роли действовали в девятнадцатом и двадцатом веках. Но романы еще нужно читать, что создает определенные трудности по захвату всех. С сериалами эта проблема решена» [Почепцов, 2017].

Согласно результатам исследования, экспертами KVG Research рынка телевизионного контента России в качестве главных героев учителя, преподаватели и ученые в самом низу рейтинга – 1,9 процента, немногим выше бандиты и члены криминальных групп [Рувинский, 2016]. Тем не менее, вышедший в 2014 году ситком о бывшем начальнике охраны из «бандитских 90-х», который незаконным путем устраивается работать учителем в школу в 2000-х, имел довольно большую популярность. Сериал «Физрук» с Дмитрием Нагиевым в главной роли стал главным телесобытием весны 2014 года.

Его старт побил рекорды по количеству зрителей и был признан самым успешным в истории канала ТНТ. 7 апреля в 20:30 премьерная серия «Физрука» по аудитории от 14 до 44 лет прошла с долей 31,8 % в Москве, то есть её посмотрел каждый третий телезритель, что стало лучшим стартом и абсолютным рекордом в истории «ТНТ». По аудитории от 6 до 54 лет доля чуть ниже, но всё равно высока: показатели в Москве – 22,6 %, а в России – 23,8 %. Доля в молодой аудитории от 18 до 30 лет: 41,8 % в Москве и 36,0 % среди всех телезрителей России. В дальнейшем сериал продолжил показывать высокие рейтин-

ги, и создатели ситкома решили продлить его на второй сезон. В апреле «Физрук» занял пятую строчку по популярности среди всех программ на российском телевидении с рейтингом 5 % и долей 12,7 %, по данным TNS Gallup (мировой лидер в предоставлении комплексной медиа- и маркетинговой информации.). За первую неделю сериал с Дмитрием Нагиевым в главной роли набрал более 4,5 млн просмотров, а общее число просмотров первого сезона превысило 133 млн. Эти показатели удалось превзойти только сериалу «Чернобыль. Зона отчуждения», который за первую неделю посмотрели 6,1 млн человек [Шевалье, 2014].

Данный медиатекст мы и предлагаем для рассмотрения в студенческой аудитории. Изучая на занятиях с учащимися такие понятия как «*медийные агентства*», «*медийная аудитория*», «*категории медиа*», можно предложить выполнение творческих заданий.

Например.

Проанализируйте рецензии кинокритиков. Напишите «заказные» отзывы на данный медиапродукт, первый – резко отрицательный, второй – положительный. Изучите любой интернет ресурс, посвященный транслированию кино и телесериалов, и опубликуйте там оба своих отзыва под разными именами. Постарайтесь составить его таким образом, чтобы участники данного ресурса проявили желание ответить/прокомментировать ваш отзыв, при возможности вступите в диалог. Анализируя на занятии отзывы/рецензии зрителей, комментарики на разных ресурсах, постарайтесь ответить на вопросы: Что в большей степени повлияло на отношение аудитории к медиатексту (игра актеров, сюжет, жанр и др.)? Повлиял ли на восприятие их пол, возраст, жизненный опыт и др.? Существуют ли какие-либо стереотипы в описании? Что, по мнению аудитории, принесло популярность/ непопулярность сериалу? Повлияли ли исторические ссылки в медиатексте на отношение к нему аудитории? На что рассчитывало медиа агентство, создавая такой продукт рынка, какая у него целевая аудитория, возрастной ценз? Как бы вы охарактеризовали уровень зрительской аудитории в целом?

Если бы перед вами стояла задача выпустить в эфир современного телеканала ситуационный сериал детективного жанра с похожим сюжетом, каким был бы ваш план действий?

b) примеры исторических ссылок в данном медиатексте.

Несомненно, в «Физруке», как и практически в любом российском сериале о школе и вузе можно найти отсылки к зарубежным источникам, «...огромная его часть основана на отсылках к западным комедиям – к «Чудикам и чокнутым» Джадда Апатоу, к «Мальчишнику в Вегасе», к «Школе рока» и так далее» [Соболев, 2014]. Но в данном медиатексте есть и много исторических ссылок, которые характерны именно для нашей страны.

Сам образ главного героя отчетливо перемещает нас во времена российской действительности 1990-х годов, которые многие современные зрители, казалось бы, совсем недавно наблюдали, жили в этой действительности.



Рисунок 1 – Кадр из телесериала «Физрук» (2014)

Создатели сериала «Физрук», Антон Шукин, автор идеи и продюсер сериала, Гавриил «Гавр» Гордеев, директор департамента эфирного промоушена ТНТ в радиозфире программы «Телехранитель» (радио «Эхо Москвы») признались, что сценарий был написан для конкретного актера: «...– Я чего-то последнее время раскололся и всем рассказываю: писали мы это на Николая Фоменко – и Фома поэтому. Но он нам как-то категорически отказал, он вошел в более серьезный проект «Маруся». А потом мы Дмитрию отправили. Сразу не получилось, потому что он мега занятой человек. А потом он отреагировал...» [В чем секрет популярности сериала «Физрук», 2014]. *Возможные задания и вопросы для студентов.*

Повлиял ли на популярность сериала выбор актера на главную роль? Каким образом? Предложите свой вариант актерского состава для данного сценария. Обоснуйте свой выбор.

2. Социокультурный, идеологический, мировоззренческий, религиозный контекст

а) идеология, мировоззрение авторов данных медиатекстов в социокультурном контексте; идеология, культура мира, изображенного в медиатекстах.

Доминирующие понятия: «медийные репрезентации», «медийные категории», «язык медиа».

В современном мире, где большая часть населения после трудовых будней хочет забыться у экранов телевизоров – довольно распространенная ситуация. Как правило, этому способствуют разнообразие телеканалов, телепередач и конечно телесериалов, просмотр которых упрощает общее восприятие мира и позволяет уйти от возможно некомфортной реальности. Проживая чужие эмоции, человек не решает собственных проблем в реальной жизни, но у него создается иллюзия общения, появляется мнимый собеседник и чувство занятости, а повторяемость диалогов, героев и пр. придают некое ощущение уверенности и стабильности, укрепляя чувство отрешенности и пассивности. «...Процесс воздействия идеологии заметен, процесс воздействия сериала – скрыт... Се-

риал и демократия как и любая другая придуманная людьми виртуальная конструкция, призвана влиять на разум и сердца аудитории... Виртуальная конструкция всегда уводит людей от реалий жизни» [Почепцов, 2017].

б) мировоззрение людей школьного мира, изображенного в медиатекстах (пессимизм/оптимизм, успешность/неуспешность, способность управлять своей судьбой, возможность быть счастливым и пр.), иерархия ценностей согласно данному мировоззрению; ценности, преобладающие в финалах данных медиатекстов; как данные медиатексты отражают, укрепляют, внушают, или формируют отношения, ценности; поведение, мифы.

Мировоззрение мира, представленного в телесериале «Физрук» в целом оптимистичное. Практически все может быть решено с помощью денег, связей или дружбы. Герои по ходу повествования пытаются справиться со своими недостатками, меняются под влиянием происходящих событий, верят в позитивный исход проблемных ситуаций. Сюжет от сезона к сезону трансформируется, а в «финале» главный герой и вовсе оказывается на фоне декораций провинциального театра. Нас же интересуют сюжеты первых сезонов, где образы педагогов и учащихся представлены различными типажам, а действия происходят, в том числе, и в стенах обычной московской школы.

Иерархия ценностей. Для главного героя, а также персонажей, олицетворяющих «лихие 90-е» (Псих, Хромуля и др.), важны авторитет, статус, деньги, связи, «понятия», дружба, любовь.

Основной стереотип успеха в этом мире: хорошая работа, материальная обеспеченность.

Структура и приемы повествования в данных медиатекстах.

Схематично структуру, репрезентативность, этику, особенности жанровой модификации можно представить следующим образом:

– *место и время действия медиатекстов:* современная Россия 2000-х гг. Москва.

– *характерная для данных медиатекстов обстановка, предметы быта:* учебные классы, учительская, кабинеты, спортзал, коридоры, холлы и школьный двор московской школы; стриптиз клуб; квартиры; улицы; пейзажи.

– *жанровые модификации:* ситуационный комедийный телесериал.

Типология персонажей:

– *возраст персонажей* от 15-50 лет;

– *уровень образования* – незаконченное среднее, высшее;

– *социальное положение, профессия персонажей* – бывший начальник охраны, учитель, директор стриптиз клуба, бизнесмен, директор, завуч, ученик;

– *внешний вид, одежда, телосложение персонажа, черты его характера, лексика:* главный герой сериала – Фома, типичный представитель бандитского образа в России 1990-х гг. Он (как и остальные персонажи, олицетворяющие «лихие 90-е») – наглый, прямой, хамоватый, самоуверенный, вспыльчивый, с бандитскими замашками и своеобразным юмором, не приспособившийся к наступившим переменам. В глубине души добр и отзывчив. Крепкого телосложения и хорошо одет.

Саша Мамаева (Саня) – закомплексованная, наивная, стремлением к справедливости отличается от окружающих сверстников.

Татьяна Александровна (учительница литературы, возлюбленная Фомы) – внешне строгая и порядочная, часто страдает из-за своих принципов. Внешне привлекательная. Для нее характерен не вызывающий внешний вид и правильная речь.

В целом женские персонажи-педагоги – своенравные, независимые, молодые или средних лет, внешне привлекательны, имеют правильную разговорную речь. Исключение – завуч, образ которой красочно описывает ее прозвище – «Адольф», наглая и эгоцентричная, она фактически «отбирает» место директора у слабовольного, увлеченного гаджетами и безответственного Альберта Моисеевича. Прозвища других персонажей так же могут дать им своеобразную характеристику: «Трусливый лев» – учитель химии, ученики – «Борзый», «Пупок», «Ушастая», «Минус» и др.

Творческие задания.

Проанализируйте необходимость наличия в медиатексте имеющихся персонажей, предложите своего оригинального персонажа, который мог бы вписаться в сюжет повествования, придумайте рассказ от его лица.

Внесите изменения в сценарий таким образом, чтобы поменялся его жанр, при этом полностью измените образ одного из героев на противоположный. Продумайте содержание трейлера для вашего проекта.

Заключение

Большинство фильмов о школе и вузе постсоветского периода были основаны на стереотипах, которые в значительной мере отражали существенные изменения, произошедшие после распада СССР и перехода России на капиталистический путь развития. В целом образы педагогов и учащихся подверглись сильной трансформации [Федоров, Левицкая, Горбаткова, 2017].

Вышедший на экраны в 2014 году российский сквозной ситком «Физрук» (2014-2016) с учителями и учениками в главных ролях имел достаточно большую популярность. Сюжет о бандите Фоме из «лихих 90-х», который никак не может приспособиться к современным реалиям, уволенный начальником, он пытается вернуть себе должность, незаконно устроившись работать учителем в школу к его дочери «Сане».

Тексты главного героя пестрят неоднозначным юмором, а лексика полна жаргонных выражений. Он брутальный, сильный, наглый, хамоватый, вспыльчивый и напористый, хотя в душе добрый и ценящий дружбу и любовь. Мужчины-педагоги будто в противовес ему: слабовольный, хилый, неспособный за себя постоять химик (по прозвищу «Трусливый Лев») и безответственный, слабовольный, увлеченный гаджетами директор школы Альберт Моисеевич. Женские персонажи учителей на их фоне выглядят более уверенными в себе и нравственными.

Ученики школы представлены большим разнообразием типажей и образов (ботаник, рэпер, красotka, очкарик и др.).

Анализируя данный медиатекст, студенты могут выполнять и ряд творческих заданий, которые помогут развить умения в восприятии и критическом мышлении.

Библиографический список

1. *Вартанова Е. Л., Коломийц В. П.* Телевидение в России в 2017 году. Состояние, тенденции и перспективы развития. Отраслевой доклад // Федеральное агентство по печати и массовым коммуникациям, 2018. 90 с.
2. В чем секрет популярности сериала «Физрук». URL: <https://echo.msk.ru/programs/tv/1454486-echo/>. 2014. Дата обращения: 15.01.2019.
3. *Зазнобина Л.* Стандарт медиаобразования, интегрированного с различными школьными дисциплинами // Стандарты и мониторинг в образовании. 1998. N 3. С. 26-34.
4. *Захарченко Н. А.* Принцип сериальности как способ организации современного телевизионного контента // Вестник Волжского университета имени В.Н. Татищева. 2007. № 2, Т. 1.
5. *Нечай О.* Основы киноискусства. Москва: Просвещение, 1989. С. 167-168.
6. *Попова Л. О., Ромах О. В.* Феномен телевизионных сериалов в современной массовой культуре. Из-во: Тамбовский государственный университет им. Г. Р. Державина. 2008. С. 236-238.
7. *Почепцов Г. Г.* Демократия и сериалы: они построены одинаково и для единых целей // Хвиля. 2017. URL: <https://www.academia.edu/34156054/>. Дата обращения: 21.12.2018.
8. *Рувинский В.* Фабрика эскапистских мифов. Реальность: версия сериалов // *Искусство кино*. URL: <http://old.kinoart.ru/archive/2016/10/fabrika-eskapistskikh-mifov-realnost-versiya-serialov>. 2014. Дата обращения: 21.12.2018.
9. *Соболев О.* И смех, и грех: сериал «Физрук». URL: <https://surfingbird.ru/surf/g-BID6522>. 2014. Дата обращения 12.03.2019.
10. *Федоров А. В.* (2012). Анализ аудиовизуальных медиатекстов. Москва: МОО «Информация для всех», 182 с.
11. *Федоров А. В.* Герменевтический анализ на медиаобразовательных занятиях в студенческой аудитории//Инновации: теория и практика. 2007. С. 56-72.
12. *Федоров А. В.* (2006). Медиаобразование: творческие задания для студентов и школьников // Инновации в образовании. N 4. С. 175-228.

13. Федоров А. В., Левицкая А. А., Горбаткова О. И. Направления, цели, задачи, авторские концепции аудиовизуальных медийных трактовок темы школы и вуза в российском кино (1992-2017) // *Медиаобразование*. 2017. № 4.
14. Чельшьева И. Методика и технология медиаобразования в школе и вузе / Под ред. А.В. Федорова. Таганрог: Изд. центр Таганрог. гос. пед. ин-та, 2009. 320 с.
15. Чельшьева И. Развитие критического мышления и медиакомпетентности студентов в процессе анализа аудиовизуальных медиатекстов. Учебное пособие для вузов. Таганрог: НП «Центр развития личности», 2008. 300 с.
16. Шеалье Е. Какой рекорд побил сериал «Физрук»? // *Аргументы и факты*. URL: <http://www.aif.ru/dontknows/actual/1377392>. 2014. Дата обращения 05.03.2019.
17. Эко У. Роль читателя. Исследования по семиотике текста. СПб: Симпозиум, 2005. 502 с.
18. Bazalgette, C. Key Aspects of Media Education. Moscow: Association for Film Education. 1995.
19. Masterman, L. A Rational for Media Education. In: Kubey, R. (Ed.) *Media Literacy in the Information Age*. New Brunswick (U.S.A.) and London (UK): Transaction Publishers, 1997. Pp. 15-68.
20. Semaly, L. Literacy in Multimedia America. New York-London6 Falmer Press, 2000. 243p.
21. Silverblatt, A. Media Literacy. Westport, Connecticut – London: Praeger, 2001. 449 p.

References

1. Bazalgette, C. Key Aspects of Media Education. Moscow: Association for Film Education, 1995. (In English).
2. Chelysheva I. Development of critical thinking and media competence of students in the analysis of audiovisual media texts. Textbook for universities. Taganrog: NCP «Center for personal development», 2008. 300 p. (In Russian).
3. Chelysheva I. Methods and technology of media education in school and University / ed. by Fedorov A.V., Taganrog: Taganrog State Institute Publ., 2009. 320 p. (In Russian).
4. Chevalie E. What record broke the series «Fizruk»? //Arguments and facts. [Electronic Resource] URL: <http://www.aif.ru/dontknows/actual/1377392>, 2014, (access date: 05.03.2019).
5. Eco, U. The Role of the Reader. Studies on the Semiotics of the Text. St. Petersburg: Symposium, 2005, 502 p. (In Russian).
6. Fedorov A. Analysis of audiovisual media texts. Moscow: ICO «Informaciya dlya vsekh» Publ., 2012. 182 p. (In Russian).

7. *Fedorov A.* Media education: creative tasks for students//Innovations in education. N 4, 2006, pp. 175-228. (In Russian).
8. *Fedorov A.V.* Hermeneutic analysis at media education classes in the student audience//Innovations: theory and practice. 2007, pp. 56-72. (In Russian).
9. *Fedorov A.V., Levitskaya A. A., Gorbatova O. I.* Direction, goals, objectives, authors' concepts of the audiovisual media interpretations of the theme of the school and University in Russian cinema (1992-2017) // Media education. 2017. No. 4. (In Russian).
10. *Masterman, L.* A Rational for Media Education. In: Kubey, R. (Ed.) Media Literacy in the Information Age. New Brunswick (U.S.A.) and London (UK): Transaction Publishers, 1997, pp.15-68. (In English).
11. *Nechai O.* Basics of cinema. Moscow. Education, 1989, pp. 167-168. (In Russian).
12. *Pocheptsov G. G.* Democracy and TV shows are built the same and for single targets // *Hvil.* [Electronic Resource] URL: <https://www.academia.edu/34156054/> , 2017, (access date: 21.12.2018.)
13. *Popova L., Romah O.* The Phenomenon of the television series in modern mass culture. Tambov State University Publ., pp. 236-238, 2008. (In Russian).
14. *Ruvinskii, V. ().* Factory escapist myths. Reality: the version of the series // The Art of cinema. [Electronic Resource] URL: <http://old.kinoart.ru/archive/2016/10/fabrika-eskapistskikh-mifov-realnost-versiya-serialov>, 2014, (access date: 21.12.2018).
15. *Semaly, L.* Literacy in Multimedia America. New York- London6 Falmer Press Publ., 2000, 243 p. (In English).
16. *Silverblatt, A.* Media Literacy. Westport, Connecticut, London: Praeger Publ., 2001, 449 p. (In English).
17. *Sobolev O.* And laugh, and sin: the series «Fizruk». [Electronic Resource] URL: <https://surfingbird.ru/surf/g-BID6522>, 2014, (access date 12.03.2019).
18. *Vartanova E. L., Kolomiets V. P.* Television in Russia in 2017. Status, trends and prospects. Industry report//Federal Agency for press and mass communications, 2018, 90 pp. (In Russian).
19. What is the secret of the popularity of the series «Fizruk». [Electronic Resource] URL: <https://echo.msk.ru/programs/tv/1454486-echo/>, (access date: 15.01.2009).
20. *Zakharchenko N. A.* The principle of seriality as a way of modern television content organizing // Vestnik Volzhsky University Publ., No. 2, vol. 1, 2007. (In Russian).
21. *Zaznobina L.* Standard of media education integrated with various school disciplines // Standards and monitoring in education. N 3. P. 26-34, 1998. (In Russian).