

УДК 004:[316.3:008]

ББК 74.58:73

**ТЕХНОЛОГИЯ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ АУДИОВИЗУАЛЬНЫХ
МЕДИАТЕКСТОВ О ШКОЛЕ И ВУЗЕ В МЕДИАОБРАЗОВАТЕЛЬНОМ
ПРОЦЕССЕ: НА ПРИМЕРЕ ИНТЕРНЕТА***

Галина Викторовна Михалева

кандидат педагогических наук, доцент кафедры английского языка

Ростовский государственный экономический университет (РИНХ),

Таганрог, Россия

galinamikhaleva@list.ru

В статье рассматривается проблема использования аудиовизуальных медиатекстов о школе и вузе в медиаобразовательном процессе на примере интернета. Анализ отечественного и зарубежного практического опыта применения аудиовизуальных медиатекстов показывает, что медиаобразование на материале интернета должно способствовать формированию у учащихся «скептического» отношения к онлайн контенту на основе критического анализа аудиовизуальных текстов.

Ключевые слова: медиаобразование, медиатекст, школа, вуз, интернет, аудиовизуальный текст, вебсайт, онлайн контент, «вирусное» видео, медиапроект.

*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. Руководитель проекта – А. В. Федоров.

TECHNOLOGY OF USING AUDIOVISUAL MEDIA TEXTS ABOUT SCHOOL AND UNIVERSITY IN MEDIA EDUCATION: INTERNET STUDIES

Galina Viktorovna Mikhaleva

Candidate of Pedagogical Sciences, Associate professor

Lecturer of English, Rostov State University of Economics

Taganrog, Russia

galinamikhaleva@list.ru

The article deals with the problem of using audiovisual media texts about schools and universities in internet studies. Analysis of Russian and foreign practical experience in implementing audiovisual media texts shows that media education ought to develop students' habits of skepticism towards online content based on critical analysis of audiovisual texts.

Keywords: media education, media text, university, school, internet, audiovisual text, website, online content, “viral” video, media project.

Современное отношение педагогического сообщества к проблеме социокультурного и образовательного потенциала интернет-контента неоднозначно. Позитивно настроенные медиаэксперты настаивают на широкой интеграции интернет-технологий и интернет-ресурсов в образовательном процессе, подчеркивая информационные возможности интернет-коммуникации, положительную социализацию школьников, развитие их гражданской активности и творческого самовыражения в сети интернет. Диаграммы, графики, таблицы, учебное видео позволяют в полной мере реализовать принцип наглядности в образовательном процессе: пользователи могут быстро определить сущность явления и тенденции его развития, изучить конкретные данные и реальную картину. Эти преимущества современных технологий действительно делают «картинку стоящей тысячи слов».

Скептически настроенные ученые призывают всячески защищать подрастающее поколение от различных онлайн угроз киберпространства, таких как медиаманипулирование, агрессия и насилие, сетевой буллинг, секстинг и др. Подключают родителей и педагогов к обеспечению кибербезопасности детей и подростков. Некоторые убеждены, что деструктивный онлайн-контент даже может иногда выступать в качестве своеобразного «катализатора» девиантного поведения у подростков, имеющих склонность к тем или иным формам асоциального или девиантного поведения [Livingstone & Hargrave, 2006].

Таким образом, подходы, основанные либо на минимизации онлайн рисков, либо на максимизации онлайн возможностей в процессе сетевой коммуникации детско-юношеской аудитории носят, на наш взгляд, односторонний характер, и в данном смысле истина, видимо, где-то посередине. В любом случае, их цель – формирование и развитие медиакомпетентности и медиакультуры молодежи, основанной на критическом отношении к медиатекстам.

Цель нашего исследования – изучить отечественный и зарубежный практический опыт применения аудиовизуальных медиатекстов в медиаобразовательном процессе на примере интернета, а также разработать примерную технологию использования аудиовизуальных медиатекстов о школе и вузе на медиаобразовательных занятиях.

Изучению и анализу интернет-контента и современных ИК-технологий в образовательном, культурологическом и медиаобразовательном контекстах посвящено достаточно большое число отечественных [Запевалина, 2008; Дранкевич и др., 2008; Солдатова и др., 2013; Федоров, 2017; Fedorov, 2014, 2015; Челышева, 2014; Новикова, 2004; Михалева, 2014, 2018; Mikhaleva, 2016, 2018] и зарубежных [Catts & Lau, 2008; Gorski, 2013; Ribble, 2015; Heitner, 2016; Sheperis & Davis, 2016; Kimberly & Cristiano, 2017; Magette, 2018; Sales, 2017; Kotch & Cosentino, 2018] научных исследований.

В частности, в центре внимания ученых и экспертов образования оказались такие аспекты как использование интернет-ресурсов в контексте образования и медиаобразования; интернет как фактор социализации детей и молодежи; образовательные, развивающие и воспитательные возможности интернет-ресурсов; онлайн-риски и кибербуллинг, обеспечение интернет-безопасности школьников; интернет-зависимость школьников, факторы риска и способы защиты от небезопасного медиаконтента; развитие медиакультуры, медиакомпетентности и цифровой грамотности у подрастающего поколения и компетенций, необходимых «цифровым гражданам»; школьники и социальные медиа; виртуальная жизнь подростков в социальных сетях.

Что касается использования медиатекстов школьной и вузовской тематики в медиаобразовательном процессе, а также критического анализа медиаобразов школы и вуза, представленных в интернете, то эта тема практически не исследована в отечественной и зарубежной научной литературе, очевидно, что она нуждается в дальнейшем изучении и разработке.

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

Цель обучения: помочь обучающимся научиться критически оценивать медиатексты, связанные с репрезентацией учителей и учащихся в аудиовизуальных текстах (интернет сайты, видео, фото) о школе и/или вузе.

Преддемонстрационный этап

Задачи: формировать у учащихся «скептическое» отношение к онлайн контенту; настроить учащихся на критический анализ аудиовизуальных текстов («вирусных» фотографий, видео или новостей, которые распространяются через веб-сайты, электронную почту, социальные сети в интернете), изображающих учащихся и учителей в сети интернет; познакомить их с медийной терминологией.

«Вирусный» онлайн контент: правда или ложь?

Известно, что «вирусные» фото и видеоролики распространяется с так называемым эффектом «сарафанного радио», что активно используется,

например, маркетинговыми компаниями с помощью популярных видеохостингов. Зачастую весьма трудно установить их подлинность, опираясь исключительно на их содержание.

Некоторые из них могут иметь позитивный воспитательный вектор, например, видео о том, как одноклассники дарят новые кроссовки новому ученику – жертве буллинга в прежней школе. А некоторые могут содержать совершенно неприемлемый контент, например, видео, порочащее честь и достоинство учителя или учащегося.

В любом случае, важно развивать у учащихся критическое мышление и чувство ответственности, особенно когда они принимают решение, пересылать ли дальше такие «вирусные» фотографии, видео или новости своим друзьям, знакомым, родственникам или нет.

С другой стороны, «вирусные» видео иногда используются в образовательных целях, например, в 2007 году школьный учитель Джейсон Смит создал интернет-сайт «TeacherTube», который сейчас содержит несколько десятков тысяч обучающих видео, созданных учителями и обучающимися.

Вопросы для обсуждения в классе

Кто из вас недавно видел какие-нибудь «вирусные» фотографии или видео о школе (или вузе) в социальных сетях? Что это было: новость, реклама, любительское видео, скрытая съемка и пр.? Сколько людей это посмотрели?

Кто видел «вирусное» фото или видео, которые оказались подделкой? Как вы догадались, что это была подделка? Если вы сами не догадались, то, как вы узнали об этом?

Почему важно понимать, является ли «вирусный» видеоролик «фейком» или постановкой?

Демонстрационный и постдемонстрационный этап

Задачи: познакомить учащихся со стратегиями и приемами аутентификации онлайн-контента; научить их критически анализировать медиаобразы учителей и учеников, представленных в интернет пространстве.

Преподаватель может продемонстрировать обучающимся подборку «вирусных» видео или фото о школе или вузе и обсудить их подлинность в классе, опираясь на известные стратегии и приемы аутентификации «вирусного» онлайн контента.

Обучающиеся должны понимать, что «вирусными» могут быть не только фото и видео, но и различные слухи, советы по воспитанию и поведению, «горячие» новости. Они могут быть заведомо ошибочными или непроверенными, а иногда это просто намеренная дезинформация, которая быстро и беспрепятственно тиражируется. При этом важно помнить, что масс-медиа – это «конструкторы» реальности, имеющие иногда серьезные социальные и политические последствия.

Знакомство с приемами аутентификации «вирусного» онлайн контента

К сожалению, поиск других источников, транслирующих аналогичную информацию, как средство установления подлинности фото или видео, зачастую ненадежен и может ввести в заблуждение, когда речь идет о «вирусном» онлайн контенте, потому что зачастую мы просто видим одну и ту же историю в нескольких источниках.

Что делает фото, видео или новость «вирусными»? Исследования показывают, что это случается, когда медиатекст затрагивает наши эмоции, удивляет нас, поражает яркой образностью, касается нашей личности или вызывает наше любопытство. К несчастью, все это делает нас менее склонными критически относиться к чему-либо, а значит, делает нас легкой добычей фальшивого или фейкового онлайн контента. Так как же узнать, правда ли то, что распространяется через всемирную сеть?

КОГДА нужно перепроверять полученную информацию?

Исследования показывают, что интернет пользователи редко проверяют онлайн контент, с которым они знакомятся в социальных сетях, таких как Facebook или Twitter – самых распространенных источниках новостей. При этом нет необходимости подвергать критическому разбору весь онлайн контент, который приходит к вам. Задайте себе следующие вопросы:

1. Собираюсь ли я пересылать или делиться этой информацией с другими?

2. Может ли эта информация оказать влияние на чье-то важное решение, касающееся здоровья, карьеры, поездки и т.д.?

3. Касается ли эта информация какого-нибудь злободневного или спорного вопроса?

4. Кажется ли эта информация «слишком хорошей, чтобы быть правдой»?

Если все ваши ответы положительные, то следует перепроверить эту информацию.

КАК можно узнать, является ли полученная информация подлинной или нет?

Задайте себе следующие вопросы, прежде чем делиться информацией или распространять ее.

КАКОЙ медиатекст может содержать заведомо ложную информацию?

В интернет пространстве существует достаточно много видов фейкового медиаконтента. Прежде чем верить чему-то (или делиться этим), убедитесь, что это не:

1) сатирические новости (шутка или анекдот, например, фейковые новости, публикуемые на таких вебсайтах как «The Onion» или «FogNews»; иногда фальшивые новости очень похожи на подлинные, и многие люди делятся ими в социальных сетях, искренне веря в то, что это правда);

2) информационная мистификация («утка» или сенсация, намеренное распространение дезинформации в социальных медиа и традиционных СМИ с целью ввести людей в заблуждение);

3) «скамы» или мошеннические интернет-порталы, цель которых – денежные махинации, кража персональной информации пользователей или загрузка вредоносного ПО на ваш компьютер;

4) реклама. Рекламодатели хорошо понимают, что «вирусный» онлайн контент – один из лучших способов донести свои сообщения до потенциальных

потребителей. Иногда реклама специально маскируется под «реальный» медиаконтент, при этом такая реклама может распространяться «доверчивыми» медиапользователями, которые могут даже и не осознавать, что это рекламная уловка.

ПОЧЕМУ создатели распространяют такие медиатексты?

Вам пытаются что-то разрекламировать или продать? Вас пытаются шокировать? Или позабавить? Или разозлить? Или спровоцировать? Используют ли создатели медиатекстов эмоционально окрашенную лексику или яркие образы, чтобы привлечь ваше внимание?

КТО распространяет эти медиатексты?

Выясните, по возможности, репутацию этого интернет-ресурса, а также оригинальный источник данной информации. Если человек, который поделился с вами данной информацией, не указал источник, выполните самостоятельный поиск первоисточника. При этом нельзя с уверенностью сказать, что информация, впервые опубликованная в интернет версии газеты или телепрограммы, является подлинной, т.к. медиа агентства могут публиковать истории, полученные из социальных сетей, иногда без достаточной проверки представленных фактов. Найдя первоисточник, выясните, кто является создателем медиатекста, и могут ли они выступать надежными источниками распространяемой ими информации.

Современный онлайн контент изобилует медиатекстами о негативных явлениях – «болевых точках» современного школьного и вузовского образования. В их числе: детская агрессия и буллинг, коррупция, конфликты с учителями или одноклассниками, проблемы адаптации в новой школе, проблема поборов в школе, курение и наркомания, проблемы деструктивного поведения в школе, девиантное и делинквентное поведение среди подростков, низкий уровень успеваемости, прогулы учащихся, расизм и нетерпимость в школьной и вузовской среде.

Анализируя такие медиатексты, важно обращать внимание на то, кто рассказывает историю: учитель, директор, школьный психолог, эксперт

образования, учащийся или родитель? Является ли рассказчик непосредственным участником событий или свидетелем, либо он лишь пересказывает чью-то версию событий, добавляя собственные комментарии? Все ли стороны конфликта имеют возможность высказать свою позицию?

КОГДА этот медиатекст впервые появился в сети и получил широкую огласку?

Можно ли связать его появление с какими-то социокультурными или политическими событиями в регионе или стране, и если да, то с какими? Какова целевая аудитория этого онлайн контента, кому он адресован? Какую цель преследуют его создатели: реклама, социальный протест, пропаганда, просвещение, провокация или дезинформация?

ГДЕ можно проверить, является ли данный медиатекст фейковым или подлинным?

Существуют различные интернет сайты, разоблачающие фейковый онлайн контент, например, Snopes (www.snopes.com), StopFake (<https://www.stopfake.org>), TinEye (www.tineye.com).

Проверка «вирусного» онлайн контента на подлинность

Преподаватель может предложить обучающимся применить вышеописанные приемы на практике:

1. Вспомните недавнее «вирусное» фото или видео о школе или вузе, которым вы поделились в социальных сетях (Facebook, Twitter, Instagram, «Одноклассники», «ВКонтакте» и т.д.). Чтобы считаться «вирусным», данный медиатекст должен быть доступен как минимум двум людям, которых вы знаете. Вы не должны знать наверняка, была ли эта история правдой или ложью.

2. Используйте приемы установления подлинности «вирусного» онлайн контента, которые мы изучили в классе, чтобы определить, может ли это быть правдой или ложью.

3. Создайте наглядную презентацию (постер, слайд-шоу, видео и пр.) вашего исследования, включая описание использованных приемов и полученных результатов, а также выводы о подлинности медиатекста.

Творческий этап

Задачи: научить учащихся анализировать собственное отношение к современным проблемам школы / вуза; научить их создавать медиатексты о своей школе и/или вузе.

Педагогическая технология «цифровое повествование» (*англ.* digital storytelling) может успешно применяться в медиапроектной деятельности на этапе продуктивного, творческого применения полученных знаний в формате интерактивного веб-рассказа, блога или видеорассказа.

Преподаватель может, например, предложить обучающимся создать собственную «цифровую» историю о волнующей их проблеме, с которой они сталкивались в своей школе или вузе.

Важно, чтобы обучающиеся научились наглядно и аргументированно выражать свою гражданскую позицию и личное отношение к исследуемой проблеме; рассмотрели и представили разные точки зрения; предложили возможные пути решения рассматриваемой проблемы.

Алгоритм работы над цифровым рассказом традиционно включает следующие этапы [Горохова, 2016, с. 6-7]:

- 1) определение темы и цели цифрового рассказа;
- 2) сбор информации по теме и продумывание сюжета;
- 3) написание сценария;
- 4) подбор необходимых материалов (фотографии, изображения, карты, видеозаписи, звуковое и музыкальное сопровождение);
- 5) подготовка раскадровки на бумаге;
- 6) монтаж эпизодов в соответствии с раскадровкой и запись голосового комментария;
- 7) сохранение цифрового рассказа в соответствующем формате для публикации в интернете или другим способом;

8) изучение отзывов и критических замечаний по поводу опубликованного рассказа; доработка рассказа (при необходимости).

После реализации медиапроекта можно организовать школьную (институтскую / университетскую) или публичную презентацию цифровых историй учащихся, включая последующую дискуссию возникших вопросов у зрительской аудитории. Впоследствии лучшие «цифровые» истории о школе или вузе можно разместить в интернете.

Медиаобразование на аудиовизуальном материале интернета должно способствовать формированию у учащихся «скептического» отношения к онлайн контенту на основе критического анализа аудиовизуальных текстов: школьники должны уметь объективно оценивать медиасообщения, критически относиться к условностям и предвзятым суждениям в масс-медиа, не доверять одностороннему освещению событий.

На медиаобразовательных занятиях обучающимся следует предлагать разные жанры медиатекстов о школе и вузе, представленных в интернет пространстве, для анализа их влияния на формирование общественного мнения и современных социальных ценностей, гендерных и социокультурных стереотипов. Полезно также обсуждать с обучающимися подлинность медиатекстов, опираясь на известные стратегии и приемы аутентификации «вирусного» онлайн контента.

Кроме того, обучающимся следует предлагать создавать собственные творческие медиапроекты (интерактивный веб-рассказ, блог или видеорассказ), в которых они могли бы осветить важные социально-политические события; рассказать «цифровую» историю о волнующей их проблеме, с которой они сталкивались в своей школе или вузе, выразить свою гражданскую позицию и личное отношение к исследуемой проблеме; предложить возможные пути решения рассматриваемой проблемы.

Библиографический список

1. *Горохова Л. А.* Технология Digital Storytelling (цифровое повествование): социальный и образовательный потенциал. / Л. А. Горохова // Современные информационные технологии и ИТ-образование. 2016. Том 12. № 4. С. 40-49.
2. *Дранкевич Е. Д.* Интернет как фактор социализации школьников в условиях малого города. Молодежный научный поиск. / Е. Д. Дранкевич, А.Г. Захаров, А. В. Пережогин / отв. ред. Е. В. Гордиенко. Ч. 2. Красноярск: Изд-во Красноярск. гос. педаг. ун-та, 2008. С. 128-130.
3. *Михалева Г. В.* Онлайн риски и проблемы защиты детей в современном британском медиаобразовании. / Г. В. Михалева // Научный диалог. 2014. №6 (30). С. 66-74.
4. *Михалева Г. В.* Кибербуллинг и информационная безопасность детей и молодежи. / Г. В. Михалева. Вербальный буллинг в соцсетях и иноязычном медиадискурсе: мат. Международ. заоч. науч. конф. / отв. ред. О. В. Кравец. Ростов н/Д.: Издательско-полиграфический комплекс РГЭУ (РИНХ), 2018. С. 211-215.
5. *Новикова А. А.* Медиаобразование на занятиях по английскому языку. Учебное пособие. / А. А. Новикова. Таганрог: Изд-во Кучма, 2004. 52 с.
6. *Солдатова Г.* Интернет: возможности, компетенции, безопасность. Методическое пособие для работников системы общего образования. / Г. Солдатова Е. Зотова, М. Лебешева, В. Шляпников. М.: Центр книжной культуры «Гутенберг», 2013. 165 с.
7. *Федоров А. В.* Школа и вуз в зеркале аудиовизуальных медиатекстов: основные подходы к проблеме исследования. / А. В. Федоров, А. А. Левицкая, О. И. Горбаткова // Медиаобразование. 2017. № 2. С. 187-206.
8. *Хилько Н. Ф.* Аудиовизуальная культура. Словарь: учебное пособие для студентов и аспирантов высших и средних учебных заведений культуры и искусства / Н. Ф. Хилько. Омск: Изд-во Омск. гос. ун-та, 2000. 149 с.
9. *Челышева И. В.* Мир социальных сетей и семейное воспитание школьников: научно-популярное издание. / И. В. Челышева. Таганрог: Изд-во Таганрог. ин-та имени А.П. Чехова, 2014. 128 с.
10. *Catts R. & Lau J.* (2008). Towards Information Literacy Indicators. UNESCO: Paris, 44 p.
11. *Danesi M.* (2009). Dictionary of Media and Communications. New York: M.E. Sharpe Inc., 333 p.
12. *Fedorov A.* (2014). Media Education Literacy in the World: Trends. European Researcher. Vol. 67, 1-2, pp. 176-187.

13. *Fedorov A.* (2015). Media Literacy Education. Moscow: ICO "Information for all", 577 p.
14. *Gorski P.C.* (2001). Multicultural Education and the Internet: Intersections and Integration. Boston: McGraw-Hill Higher Education, 161 p.
15. *Heitner D.* (2016). Screenwise: Helping Kids Thrive (and Survive) in Their Digital World. Boston: Bibliomotion – Routledge, 244 p.
16. *Kimberly S. Young & Cristiano Nabuco De Abreu* (2017). Internet Addiction in Children and Adolescents: Risk Factors, Assessment, and Treatment. New York: Springer Publishing Company, 324 p.
17. *Kotch J. & Cosentino E.* (2018). 7 Steps to Sharing Your School's Story on Social Media. New York: Routledge, 126 p.
18. *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 / S. Livingstone & A.M. Hargrave. Göteborg: Nordicom Göteborg University, pp. 49-76.
19. *Magette, K.* (2018). The Social Media Imperative: School Leadership and Strategies for Success. London: Rowman & Littlefield Publishers, 126 p.
20. *Mikhaleva G.* (2016). Media Culture and Digital Generation. International Journal of Media and Information Literacy. Vol. 1. Is. (2), pp. 116-121.
21. *Mikhaleva G.* (2018). Hermeneutic analysis of Internet sites of English-speaking countries about school and university. Media Education, № 3, pp. 119-128.
22. *Ribble M.* (2015). Digital Citizenship in Schools: Nine Elements All Students Should Know. Arlington: International Society for Technology in Education, 212 p.
23. *Sales Nancy Jo* (2017). American Girls: Social Media and the Secret Lives of Teenagers. New York: Vintage, 416 p.
24. *Sheperis C.J. & Davis Randy Joe* (2016). Online Counselor Education: A Guide for Students. Los Angeles: SAGE, 331 p.

References

1. *Catts R. & Lau J.* (2008). Towards Information Literacy Indicators. UNESCO: Paris, 44 p.
2. *Chelysheva I. V.* The world of social networks and family education for schoolchildren: popular science edition / I. V.. Chelysheva. Taganrog: Taganrog State Pedagogical Institute named after A.P. Chekhov, 2014. 128 p.

3. *Danesi M.* (2009). Dictionary of Media and Communications. New York: M.E. Sharpe Inc., 333 p.
4. *Drankevich E. D., Zakharov A. G., Perezhogin A. V.* (2008). The Internet as a Socialization Factor of Schoolchildren in a Small City. Youth Scientific Search. Krasnoyarsk: KGPU, pp. 128-130. (in Russian)
5. *Fedorov A.* (2014). Media Education Literacy in the World: Trends. European Researcher. Vol. 67, 1-2, pp. 176-187.
6. *Fedorov A.* (2015). Media Literacy Education. Moscow: ICO "Information for all", 577 p.
7. *Fedorov A. V., Levitskaya A. A., Gorbatkova O. I.* (2017). School and University in the Mirror of Audiovisual Media Texts: Basic Approaches to the Research Problem. Media Education, № 2, pp. 187-206. (in Russian)
8. *Gorokhova L. A.* (2016). Social and Educational Potential of Digital Storytelling. Modern Information Technologies and IT-Education, Vol. 12. № 4, pp. 40-49. (in Russian)
9. *Gorski P. C.* (2001). Multicultural Education and the Internet: Intersections and Integration. Boston: McGraw-Hill Higher Education, 161 p.
10. *Heitner D.* (2016). Screenwise: Helping Kids Thrive (and Survive) in Their Digital World. Boston: Bibliomotion – Routledge, 244 p.
11. *Khilko N. F.* (2000). Audiovisual Culture. Dictionary for Students of Higher and Secondary Educational Institutions of Culture and Arts. Omsk: OGU, 149 p. (in Russian)
12. *Kimberly S. Young & Cristiano Nabuco De Abreu* (2017). Internet Addiction in Children and Adolescents: Risk Factors, Assessment, and Treatment. New York: Springer Publishing Company, 324 p.
13. *Kotch J. & Cosentino E.* (2018). 7 Steps to Sharing Your School's Story on Social Media. New York: Routledge, 126 p.
14. *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 / S. Livingstone & A.M. Hargrave. Göteborg: Nordicom Göteborg University, pp. 49-76.
15. *Magette, K.* (2018). The Social Media Imperative: School Leadership and Strategies for Success. London: Rowman & Littlefield Publishers, 126 p.
16. *Mikhaleva G.* (2014). Online Risks and Issues of Child Protection in Contemporary British Media Education. Scientific Dialogue, 6 (30): 66-74. (in Russian)
17. *Mikhaleva G.* (2016). Media Culture and Digital Generation. International Journal of Media and Information Literacy. Vol. 1. Is. (2), pp. 116-121.

18. *Mikhaleva G.* (2018). Cyberbullying and Information Security of Children and Youth. In: Verbal Bullying in Social Networks and Foreign Language Media Discourse: International Conference. Rostov-on-Don: RSUE, pp. 211-215. (in Russian)
19. *Mikhaleva G.* (2018). Hermeneutic analysis of Internet sites of English-speaking countries about school and university. *Media Education*, № 3, pp. 119-128.
20. *Novikova A. A.* (2004). Teaching Media in the English Language Classroom. Activities for Media Education. Taganrog: Kuchma Publishing House, 52 p. (in Russian)
21. *Ribble M.* (2015). Digital Citizenship in Schools: Nine Elements All Students Should Know. Arlington: International Society for Technology in Education, 212 p.
22. *Sales Nancy Jo* (2017). American Girls: Social Media and the Secret Lives of Teenagers. New York: Vintage, 416 p.
23. *Sheperis C.J. & Davis Randy Joe* (2016). Online Counselor Education: A Guide for Students. Los Angeles: SAGE, 331 p.
24. *Soldatova G., Zotova E., Lebesheva M., Shlyapnikov V.* (2013). Internet: Possibilities, Competencies, Security. Manual for Educators. Moscow: Gutenberg Centre, 165 p. (in Russian)