

УДК 37.016 : 78

ИСПОЛЬЗОВАНИЕ СРЕДСТВ МАССОВОЙ ИНФОРМАЦИИ КАК СРЕДСТВА ОСВОЕНИЯ МУЗЫКАЛЬНОЙ КУЛЬТУРЫ ПОДРОСТКАМИ В ПРОЦЕССЕ УРОЧНОЙ И ВНЕУРОЧНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

О.М. Солдатова

«Академия социального управления» Московской области

В статье показана необходимость разработки новых педагогических решений для формирования интереса подростков к учебному предмету «Музыка», в частности с помощью средств массовой информации. Исследование предоставляет следующие методы: метод создания средствами ПР и СМИ привлекательного образа учебного предмета «Музыка»; метод проектов; организация в школьной газете рубрики «В мире музыки»; метод использования готовой продукции СМИ, способствующей формированию музыкальной культуры школьника.

***Ключевые слова:** учебный предмет «Музыка», средства массовой информации, методы формирования познавательного интереса..*

Огромное влияние на формирование музыкального интереса подростка оказывают средства массовой информации. К сожалению, влияние Интернета и телевидения не всегда способствует развитию хорошего музыкального вкуса и стимуляции духовно-нравственного развития молодежи.

СМИ довольно эффективно привлекают внимание к тому или иному объекту современной музыкальной культуры. Но если «раскрутка» современных знаменитостей происходит в короткие сроки, то воспитание музыкального вкуса требует долгой образовательной и интеллектуальной подготовки. В.Ф. Одоевский писал: «Не верьте тому, что человек может понять музыку сразу. Это невозможно. К ней надо сначала привыкнуть».

В связи с этим возникает необходимость разработки новых педагогических решений для формирования интереса подростков к классической музыке, хоровому пению, любительскому музицированию. Учитывая эффективность методов и технологий СМИ, одним из таких решений может быть их использование в качестве методов освоения учащимися музыкальной культуры. Методика направлена на расширение кругозора школьников и формирование музыкального вкуса. Она может быть применима к урочным и внеурочным видам деятельности.

Актуализация исследования проблемы обусловлена эффективностью использования методов, технологий, продукции СМИ, а также методов музыкальной журналистики и ПР с целью повышения

уровня духовно-нравственной культуры подростков, расширения их мотивационной сферы и расширения образовательного пространства.

Идея исследования состоит в комплексном использовании тщательно отобранных средств и методов массовой информации в процессе преподавания учебного предмета «Музыка» и во внеурочной деятельности.

Методика применения средств и методов массовой информации с целью формирования интереса к учебному предмету «Музыка» и к музыкально-творческой деятельности в рамках дополнительного образования имеет три направления. Первое – создание средствами ПР привлекательного облика учебного предмета «Музыка»; второе – «проба пера» в области музыкальной журналистики; третье – использование готовой продукции СМИ, способствующей формированию интереса к музыке.

Первое направление – создание средствами ПР привлекательного облика учебного предмета «Музыка» и объединений дополнительного образования, а также используемых на занятиях видов музыкальной деятельности (слушания музыки, хорового пения).

Методы формирования привлекательного образа учебного предмета «Музыка» позаимствованы из области маркетинга СМИ и паблик рилейшнз.

Одним из способов привлечения интереса учащихся к учебному предмету является применение средств мультимедиа. Применение в рамках урока или занятия кружка ярких мультимедийных материалов (презентаций, видео- и аудиоматериалов) усиливает восприимчивость информации учащимися. Доступность сложного материала создает благоприятный фон – детям становится интересно на уроках. Они с удовольствием воспринимают яркие видеофрагменты: записи с концертов, отрывки из опер, балетов, кроме того, они и сами создают презентации, демонстрируют видеозаписи собственных выступлений. Фокусируя внимание на визуальных объектах, мы активизируем память учащихся.

Интересную методику формирования умения создания мультимедийной рекламы у учителей музыки предлагает канд. пед. наук Н.А. Меньшикова В своем диссертационном исследовании она рассматривает особенности мультимедийной рекламы и возможности ее применения на уроках музыки. В работе приведены сведения о технологии проектирования концепции рекламы для школьников, а также практические умения воплощения рекламы с помощью различных компьютерных программ [2].

Рекламой самого урока может стать фирменная заставка: например, 30 секундный видеоролик «Музыка в нашей школе» на фоне популярных классических тем.

Музыка, которая повторяется часто, хорошо запоминается. Знакомая музыка начинает нравиться. Дети бурно реагируют, если среди нового музыкального материала встречается знакомая мелодия: они радуются, что узнали ее! «Узнавать» в этой ситуации то же, что и «любить».

Особую роль в создании привлекательного образа учебного предмета «Музыка» играет личность учителя и его имидж: улыбка, голос, внешний вид, речь и ее содержание, искренность, доброжелательность, эмоциональность и, конечно, обаяние. Доктор философских наук В.М. Шепель утверждает, что «жизненные успехи человека накрепко связаны с эффектом его личного обаяния, того самого очарования, благодаря которому он обретает поддержку и признание людей» [5, с. 33]. Виктор Максимович так отвечает на вопрос, что такое обаяние: «Первое – это умение по-доброму светиться людям. Второе – это умение создавать ауру теплоты общения. Третье – это умение магнетически притягивать к себе людей» [5, с. 33]. Действительно, обаяние для учителя – это очень ценное качество. Особенно важно то, что это качество не утрачивается с возрастом, не зависит от внешних данных, и, кроме того, его можно развивать.

Одним из ценных качеств учителя является его умение увлечь аудиторию своим рассказом. В.А. Сухомлинский говорил: «Слово учителя – ничем не заменимый инструмент воздействия на душу воспитанника»; «Объяснение музыки должно нести в себе что-то поэтическое, что-то такое, что приближало бы слово к музыке» [1]. На уроках музыки преобладает практическая деятельность (слушание, пение), поэтому для объяснения материала не нужно много слов – необходима четкость выражений.

Умение музицировать связано с постоянным повторением. Важно, чтобы детям захотелось повторять за учителем, нравилось имитировать его поведение, манеры, умения. Эта имитация будет гораздо эффективнее любой рекламы.

Практической формой деятельности для привлечения интереса к музицированию стало создание вокально-инструментального ансамбля. Выступления ребят на школьных вечерах сделали хорошую рекламу учебному предмету «Музыка».

Второе направление – «проба пера»: создание ученических проектов, написание статей, отзывов, анонсов в школьной газете.

Возникновению интереса к музыке способствует проектная деятельность. Канд. пед. наук Т.В. Шевцова в диссертации «Музыкально-проектная деятельность как фактор творческого развития учащихся» утверждает: «Музыкально-проектная деятельность является универсальной педагогической технологией, которая, объединяя базовое и дополнительное образование, урочные и внеурочные формы

работы, усиливает интегративные тенденции музыкально-педагогического процесса в школьном образовании, способствует преодолению его чрезмерной вербализации, формализации и тем самым вносит новый импульс в развитие системы музыкального образования учащихся» [4].

Исследовательский проект по музыке может иметь межпредметную природу: подростку предлагается найти общий знаменатель музыки и его любимого занятия. Темы можно сформулировать следующим образом: «Музыка и... (мое любимое занятие, хобби; ...мой любимый учебный предмет; ... социальное (природное) явление)». Таким образом, подросток связывает музыку со значимыми для него вещами, объектами, явлениями. Этот вид работы позволит учащимся синтезировать «Музыку» с другими учебными предметами, научными направлениями, любимыми занятиями, увлечениями, хобби. Это не только усилит «вес» учебного предмета в рамках школьной программы, но и позволит ребенку прийти к осознанию взаимосвязи явлений окружающего мира, к пониманию того, что музыка, как вид искусства, является неотъемлемым звеном, гармонизирующим мироздание.

С целью формирования музыкальной медиакультуры школьников на базе объединения дополнительного образования «Журналистика» было разработано направление – «Музыкальная журналистика».

Музыкальная журналистика – это прежде всего аналитическая критика, а не обзор музыкальных новинок. В последнее время это направление российской журналистики находится в упадке. Существует ряд академических журналов, телепрограмм для профессионалов, лексические нормы которых не совместимы с таким принципом журналистики, как доходчивость. Поэтому информация остается недоступной широкому кругу читателей и слушателей. Скромную долю на страницах популярных изданий занимают анонсы и отзывы об академических концертах, в то время как событиям эстрадной музыки отводятся первые полосы и обложки.

Основа школьной журналистики – это создание школьного издания, отличительной чертой которого является музыкально-просветительский раздел. В школьном издании синтезируются общая и музыкальная направленность. Общая журналистика основана на особенностях создания школьной газеты, где отражаются как общественные, социальные, так и культурные события образовательного учреждения.

Важной целью элективного курса является формирование основ культуры современных школьников, воспитание ценностного отношения к искусству, художественного вкуса, нравственных и эстетических чувств, любви к Родине, гордости за великие достижения

отечественного и мирового музыкального искусства, уважения к истории, духовным традициям.

Основной задачей курса является овладение учащимися практическими умениями и навыками журналистской деятельности (речь, текст); основами техники и технологий печатных СМИ (оформление и верстка газеты), способами сбора и распространения информации.

Цели и задачи элективного курса, реализуемые через систему ключевых задач личностного, познавательного, коммуникативного и социального развития, направлены на расширение познавательных интересов школьников, на их интеллектуально-творческое развитие.

В этом контексте *личностное развитие учащихся* заключается в полноценной реализации способности творческого освоения мира в формах журналистской деятельности, становлении самосознания, ценностных ориентаций и эстетической восприимчивости.

Приобщение к отечественному и зарубежному музыкальному наследию обеспечивает социальное развитие растущего человека.

Возможность активного участия каждого участника в деятельности объединения, развитие умения слышать товарища, построение совместной деятельности и совместный поиск решения творческих задач стимулируют *коммуникативное развитие учащихся*.

Занятия учащихся в кружке ориентированы на творческое постижение мира через искусство, обеспечивают в целом успешную социализацию растущего человека, становление его активной жизненной позиции, готовность к взаимодействию и сотрудничеству в современном поликультурном пространстве.

Таким образом, музыкальная журналистика действительно может стать для подростка проводником в мире музыкального искусства. Теоретические и практические виды деятельности в области музыкальной журналистики способствуют расширению музыкального кругозора школьника, повышают уровень его познавательной активности в сфере музыки.

Исторический опыт в области музыкальной журналистики является мощным фундаментом для современного проявления музыкальной критической мысли. Рассказы из истории музыки звучат как на уроках, так и на занятиях кружка. Практическая часть – «проба пера», статьи и рассуждения детей о музыке, публикуемые в школьной газете, – помогает детям овладеть практическими умениями и навыками журналистской деятельности, основами техники и технологий печатных СМИ, способами сбора и распространения информации. Кроме того, музыкальная страничка в школьной газете «Пульс гимназии» выполняет просветительскую функцию – дети школы

знакомятся с содержанием газеты, обсуждают его, высказывают на ее страницах свое мнение.

Третье направление – популяризация и использование на уроках готовой продукции СМИ, способствующей повышению уровня духовно-нравственной культуры подростка. Канд. пед. наук А.А. Рассадина в диссертации «Социально-психологические особенности влияния СМИ на эстетические предпочтения молодежи» утверждает, что основной стратегической задачей формирования эстетических предпочтений молодежи средствами массовой информации является ее приобщение к основным ценностям, нормам, традициям, сложившимся в обществе [3].

С целью формирования интереса к учебному предмету «Музыка» были выбраны музыкально-информационные программы телеканала «Культура» («Новости культуры» и «Музыка в эфире») для просмотра учащимся в качестве домашнего задания по музыке. Проверка домашнего задания проходит в качестве семи - десятиминутной сводки новостей культуры за неделю.

Из опроса семиклассников видно, что наибольшей популярностью у подростков пользуются телепередачи развлекательного характера. Из музыкальных передач дети предпочитают топ-шоу, телеконкурсы, клипы.

В рейтинге телеканалов на начало октября 2013 г. «Культура» занимает последнее место у семиклассников. Из 100 опрошенных семиклассников этот телеканал назвали только 4 человека. На уроках музыки учитель имеет возможность расширить рамки телепредпочтений современных подростков. Это можно сделать с помощью рекомендованных учителем музыкальных телепередач, просмотр которых входит в домашнее задание по музыке.

Одним из педагогических методов в данном аспекте является подготовка десятиминутки «Обзор новостей культуры за неделю». Семь человек из класса получают индивидуальное домашнее задание: посмотреть на телеканале «Культура» программу новостей. Дети должны рассказать классу в трех предложениях об основных событиях, происходящих в мире культуры в назначенный учителем день. Учитывая, что учебный предмет «Музыка» проходит раз в неделю, учащиеся будут делать обзор новостей за прошедшую неделю (с понедельника по воскресенье). Каждому отвечающему будет предложено посмотреть новости в определенный день недели. Доступное время просмотра – 15.00, 19.00 ежедневно, телепередача длится 15 минут. Таким образом, на домашнее задание у школьника уйдет не более 20–25 минут в неделю!

Другой замечательной телепередачей, рекомендуемой для просмотра детям, является программа «Абсолютный слух». Это

познавательный и яркий тележурнал, рассчитанный на широкую аудиторию, которой могут быть интересны самые разные музыкальные жанры и направления – от классики до популярной песни.

Таким образом, популяризация и использование на уроках готовой продукции СМИ расширяет рамки урока, как в наполнении, так и во времени. Благодаря Интернету у учителя появляется возможность музыкально просвещать учеников во внеурочное время.

Использование методики на уроках музыки дает хорошие результаты. За два года значительно возрос уровень заинтересованности ребят учебным предметом «Музыка». Это выражено в повышении его статуса учебного предмета. Повысился уровень теоретических знаний по учебному предмету. У ребят появился интерес к хоровому пению. Возросло количество ученических проектов, есть победители в школьных, городских и Всероссийских соревнованиях юных ученых. Ребята активно участвуют в создании школьной газеты «Пульс гимназии», являются авторами музыкально-просветительской странички «В мире музыки». Благодаря популяризации музыкальных телепередач телеканала «Культура» у подростков зарождается потребность в повышении уровня музыкальной культуры.

Таким образом, применение отдельных методов СМИ и ПР с целью формирования у школьников интереса к учебному предмету «Музыка» и к объединениям дополнительного образования с музыкальной направленностью дает свои результаты, способствующие повышению уровня духовно-нравственной культуры учащихся, расширению их мотивационной сферы и образовательного пространства в области музыки.

Список литературы

1. Готсдинер А.Л. Музыкальная психология. М.: Белые альвы, 1993. 193с.
2. Меньшикова Н.А. Формирование умения создания мультимедийной рекламы у учителей музыки в системе повышения квалификации. Библиотека авторефератов и диссертаций по педагогике. URL: <http://nauka-pedagogika.com/pedagogika>
3. Рсадина А.А. Социально-психологические особенности влияния СМИ на эстетические предпочтения молодежи. Библиотека авторефератов и диссертаций по педагогике. URL: <http://nauka-pedagogika.com/pedagogika>
4. Шевцова Т.В. Музыкально-проектная деятельность как фактор творческого развития учащихся. Библиотека авторефератов и диссертаций по педагогике. URL: <http://nauka-pedagogika.com/pedagogika>
5. Шепель В.М. Профессия имиджмейкер. Ростов н/Д: Феникс, 2008. 523с.

USING THE MEDIA AS MEANS OF DEVELOPMENT OF MUSICAL CULTURE TEENAGERS IN THE COURSE AND AFTER-HOUR TIME LIMIT

O.M. Soldatova

«Academy of social management» the Moscow region

The article shows need to develop new pedagogical solutions to generate interest of teenagers in school subject «Music». One such solution could be the use of mass media as a means of development of musical culture. Methods: The study provides the following methods: means creating PR and media attractive image of the subject "Music"; method of projects; organization of school newspaper and rubric «music»; method of use of media products that promote the formation of musical culture schoolchildren.

Keywords: *the subject "Music", mass media, methods of formation of cognitive interest.*

Об авторе:

СОЛДАТОВА Ольга Михайловна - аспирант 3 курса, кафедра дополнительного образования и сопровождения детства, ГБОУ ВПО Московской области «Академия социального управления» (129344, г. Москва, ул. Енисейская, д. 3, корп. 5), e-mail: Oliastik2007@yandex.ru