МЕДИА ГРАМОТНОСТЬ

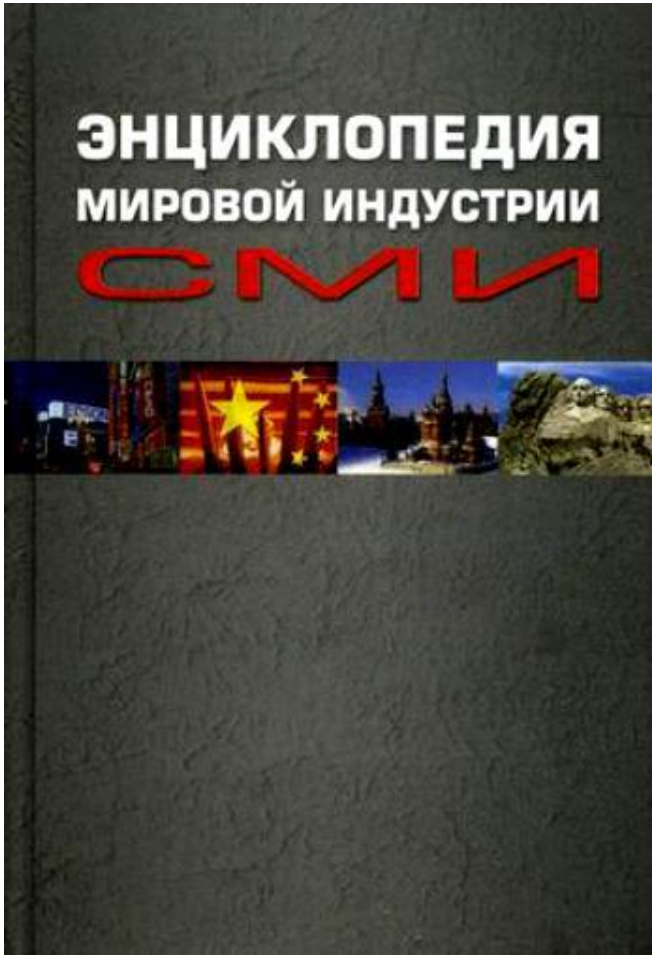
Базовые умения педагогов и учащихся

«ТВОРЧЕСКИЙ» БЛОК ЗНАНИЙ

- Базовые знания о способах и формах передачи послания через СМИ, его законов и его специфики.
- Базовые знания о коллективности авторства в СМИ, творческих характеристиках СМИ как института.

БЛОК «ИНДУСТРИЯ СМИ»

Знания экономического характера - понимание сути СМИ как бизнеса, методов доставки послания, понимание концепции «аудитория» и методов ее привлечения, а также существование индустрии СМИ среди прочих общественных организаций.



МЕЖДИСЦИПЛИНАРНО-КУЛЬТУРОЛОГИЧЕСКИЙ БЛОК

- Теоретические исследования о стереотипах, псевдоценностях, их деконструкциях, репрезентации действительности в СМИ.
- Методы формирования критического восприятия и активной гражданской позиции.

Базовые знания о медиа

- «Агентство»: Кто создает и распространяет медиатексты и почему?
- «Категории»: К какому типу принадлежит данный медиатекст: виды, жанры, формы?
- «Технологии»: Как создаются медиатексты?

Базовые знания о медиа

- «Язык»: Как мы понимаем содержание медиатекста?
- «Аудитория»: Кто «читает» медиатексты, и какой смысл извлекается из них?
- «Репрезентация»: Как реальность представлена в содержании медиатекстов?

МОДЕЛИ МЕДИАОБРАЗОВАНИЯ

- образовательно-информационные (изучение теории и истории, языка медиакультуры и т. д.);
- воспитательно-этические (рассмотрение моральных, философских проблем на материале медиа);
- практико-утилитарные (изучение работы различных медиасредств с целью последующих фото/видеосъемок и создания интернет- сайтов);

МОДЕЛИ МЕДИАОБРАЗОВАНИЯ

- эстетические модели ориентированы на развитие художественного вкуса и анализ лучших произведений медиакультуры;
- модели развивающего обучения личности в плане восприятия, воображения, зрительной памяти, интерпретации, анализа, самостоятельного, критического мышления и т.д.).

Критерии (по А.В.Федорову)

РАЗВИТИЕ МЕДИАКУЛЬТУРЫ ЛИЧНОСТИ

КРИТЕРИИ МЕДИАКУЛЬТУРЫ

- Понятийный критерий: знания истории и теории медиакультуры, конкретных медиатекстов.
- Сенсорный: частота общения с медиаинформацией, умение ориентироваться в ее потоке, то есть выбирать любимые жанры, темы и т.д.

КРИТЕРИИ МЕДИАКУЛЬТУРЫ

- Мотивационный:

эмоциональные, гносеологические, гедонистические, нравственные, эстетические мотивы контакта с медиакультурой.

Креативный: уровень творческого начала в различных аспектах деятельности на медиаматериале.

- Оценочный: способность к аудиовизуальному мышлению, анализу и синтезу пространственно-временной формы повествования медиатекстов, к «отождествлению» с героем и автором, к пониманию и оценке авторской концепции в контексте структуры произведения.

УРОВНИ ОЦЕНКИ МЕДИАТЕКСТОВ

- Низкий: Неустойчивость, путаность суждений, подверженность внешнему влиянию, отсутствие интерпретации позиции героев и авторов медиатекста, умение пересказать фабулу произведения.
- Средний: Умение дать характеристику поступкам и психологическим состояниям персонажей медиатекста на основе фрагментарных знаний, способность объяснить логику последовательности событий в сюжете, умение рассказать об отдельных компонентах медиаобраза, отсутствие интерпретации авторской позиции (или примитивное ее толкование).

УРОВНИ ОЦЕНКИ МЕДИАТЕКСТОВ

- Высокий:

Анализ медиатекста, основанный на обширных знаниях, убедительной трактовке (интерпретации) авторской позиции (с которой выражается согласие или несогласие), оценке социальной значимости произведения (актуальности и т.д.), умение соотнести эмоциональное восприятие с понятийным суждением, перенести это суждение на другие жанры и виды медиа, истолковать название медиатекста как образное обобщение и т. д.

Способы обучения

- Дескриптивный (пересказ медиатекста, перечисление действующих лиц и событий);
- Личностный (описание отношений, эмоций, воспоминаний, которые вызывает медиатекст);
- Аналитический (анализ структуры медиатекста, языковых особенностей, точек зрения);
- Типологический (определение места произведения в историческом контексте);

СПОСОБЫ ОБУЧЕНИЯ

- Объяснительный (формирование суждений о медиатексте в целом или о его части);
- Оценочный (заключение о достоинствах медиатекста на основе личностных, нравственных или формальных критериев).

УМЕНИЯ УЧАЩИХСЯ В ИТОГЕ:

- интерпретировать медиатекст (анализировать цели автора, устно и письменно обсуждать характеры персонажей и развитие сюжета),
- связать его со своим опытом и опытом других (поставить себя на место персонажа, оценивать факт и мнение, выявить причину и следствие, мотивы, результаты поступков, реальность действия и т.д.),

УМЕНИЯ УЧАЩИХСЯ В ИТОГЕ:

- реагировать на произведение (написать рецензию, минисценарий и т.д.),
- понимать культурное наследие (видеть личную и историческую перспективу),
- приобретать знания (знакомиться с основными видами и жанрами медиакультуры, определить развитие какой-либо темы в рамках жанров и эпох),
- владеть критериями и методами оценки медиатекста.

МЕТОДИКИ

Рекомендации А.В.Федорова

ВИДЫ ТВОРЧЕСКИХ ЗАНЯТИЙ

- Литературно-имитационные занятия
- Театрализованно-ситуативные
- Изобразительно-имитационные

ЛИТЕРАТУРНО-ИМИТАЦИОННЫЕ

- заявка на оригинальный сценарий (сценарный план) произведения медиакультуры любого вида и жанра;

ТЕАТРАЛИЗОВАННО-СИТУАТИВНЫЕ

- Ролевая деловая игра по созданию медиатекста

ТЕАТРАЛИЗОВАННО-СИТУАТИВНЫЕ

- Журналистские роли (ведение «телепередач», «интервью», «репортажей с места события»),
- Режиссерские роли (общее руководство процессом съемки согласно режиссерской разработке),
- Роли операторов, осветителей, декораторов, звуковиков, монтажеров…
- Актерские (исполнение ролей в учебном видеофильме, телепередаче).

ИЗОБРАЗИТЕЛЬНО-ИМИТАЦИОННЫЕ

- Создание рекламных афиш собственного медиатекста (вариант: афиши к проф. медиатекстам).
- Создание рисунков, коллажей или комиксов на тему российских и зарубежных произведений медиакультуры.