**Анализ персонажей
аудиовизуальных
медиатекстов на занятиях
в студенческой аудитории
(на примере фильма Н.С.
Михалкова «12»)**

Цели

- ***а) знать***

Основные положения теории развития критического мышления

Работы медиакритиков-профессионалов, посвященные характеристикам киногероев в конкретных аудиовизуальных медиатекстах

Особенности восприятия различных типов персонажей аудиовизуальных медиатекстов

Методику осуществления анализа персонажей аудиовизуальных медиатекстов

Ключевые понятия медиаобразования (медийные агентства, категории медиа, язык медиа, медийные репрезентации, медийные технологии, медийные аудитории) с точки зрения осуществления анализа персонажей аудиовизуальных медиатекстов

Типологию медиаобразовательных заданий, способствующих осуществлению анализа персонажей аудиовизуальных медиатекстов

б) уметь

Проводить анализ персонажей с использованием знаний об основных свойствах и структуре аудиовизуальных медиатекстов

Распознавать условные коды персонажей аудиовизуального медиатекста

Выявлять характерные особенности персонажей различных типов в аудиовизуальных медиатекстах

Использовать методические принципы анализа персонажей аудиовизуальных медиатекстов

Составлять характеристики персонажей аудиовизуальных медиатекстов

Выполнять творческие задания различных типов (литературно-аналитические, изобразительно-имитационные), направленные на анализ персонажей в произведениях аудиовизуальной медиакультуры

Анализ персонажей (Character Analysis) – анализ характеров, мотивов поведения, идейных ориентаций, поступков/действий персонажей медиатекстов

Анализ медиатекста предполагает решение задач: выбор и детальный анализ ключевых эпизодов (образов, иллюстраций и т.п.); постижение логики «авторского мышления» (целостное воссоздание развития основных конфликтов, характеров, идей, звукопластического ряда и т.д.); выявление оценочного отношения аудитории к рассматриваемому медиатексту и т.д.

Этапы занятия

- вступительное слово, «установка на восприятие». Главная цель - заинтересовать аудиторию и способствовать ее включенности в медиаобразовательный процесс .
- Коммуникативный этап (непосредственное восприятие медиатекста или его частей; свободная дискуссия, проблемные вопросы; моделирование ситуаций и т.д.
- Заключительный этап – подведение итогов занятия

Виды заданий в процессе анализа медиатекста

- литературно-имитационные
- театрализовано-ролевые
- изобразительно-имитационные.

Каждое из этих заданий включают анализ ключевых понятий медиаобразования: «медийные агентства» (media agencies), «категории медиа» (media categories), «язык медиа» (media language), «медийные технологии» (media technologies), «медийные репрезентации» (media representations), «медийные аудитории» (media audiences).

После выполнения задания проводятся коллективные обсуждения полученных результатов, определяются наиболее удачные варианты выполнения

***цикл литературно-
имитационных творческих
заданий*** для анализа
персонажей художественного
фильма «12»

Опора на ключевое понятие

Медийные агентства (media agencies):

создать заявку, содержащую обоснование того, как один из выбранных аудиторией персонажей фильма может стать логотипом, брэндом агентства/фирмы.

Пример выполнения

- *«Одним из лучших брендов медийного агентства может стать персонаж, роль которого в фильме «12» была сыграна Н. Михалковым. Это - бывший боевой офицер, человек, прошедший войну. Герой всегда нужен публике, которую привлекают сильные характеры, отвага, героизм, бесстрашие. По-моему такой человек может стать «лицом» журнала, рекламной компании и т.д.»*

Опора на ключевое понятие

Медийные репрезентации (media representations)

- составить рассказ от имени какого-нибудь персонажа фильма с сохранением особенностей его характера, лексики и т.п. Это задание предполагает выявление степени «идентификации», «сопереживания» определенному персонажу в процессе сотворчества аудитории и героя фильма
- представить героя фильма в измененной ситуации (с переменной названия, жанра, времени, места действия медиатекста, его композиции: завязки, кульминации, развязки, эпилога и т.д.; возраста, пола, национальности персонажа и т.д.)
- придумать образы, характеры новых медийных персонажей фильма, их диалоги, включить их в синопсис оригинального сценария; придумать испытания (физические, эмоциональные, моральные и пр.), с которыми сталкивается медийный персонаж.

- Пример: «Вчера был ужасный день. Мне довелось быть на суде присяжных. Я, знаете ли, учился в Гарварде, так вот там такого безобразия произойти просто не может! Собрали каких-то совершенно неинтеллигентных людей, некоторые из них, прямо скажем, не совсем здоровы в психическом плане. Очень трудно работать в такой обстановке творческому человеку! Все время заставляют что-то решать, без конца голосуют. Примеры такие приводят, что мне просто стало плохо. Я приехал домой, собрал вещи: хочу мест с семьей уехать куда-нибудь в Европу, отойти от этого кошмара».

Медийная аудитория (media audiences):

- составить монологи («письма» в редакции газет и журналов, на телевидение, в министерство культуры и т.п.) представителей аудитории с различными возрастными, социальными, профессиональными, образовательными и иными данными, находящихся на разных уровнях медиавосприятия. В этих письмах адресаты должны описать кого-либо из персонажей фильма.

***цикл театрализованно-
ролевых творческих
заданий***

Медийные агентства (media agencies)

Варианты заданий:

- ролевая игра на тему взаимоотношений персонажей, олицетворяющих персонал типичного медийного агентства (журналисты, продюсеры, менеджеры и др.), собравшихся на «пресс-конференцию» по поводу выхода фильма на большой экран
- Ролевая игра: «журналисты» получают задание подготовить вопросы персонажам фильма, рекламные агенты занимаются подготовкой компании по рекламе фильма (или его отдельных персонажей) на телевидении, радио в прессе и т.д.

Категории медиа/медиа текстов

(media/media text categories)

Варианты заданий:

- ролевая игра на тему взаимоотношений одних и тех же персонажей, оказавшихся в медиатекстах разных жанров
- в процессе обсуждения гипотетически представить основные темы общения и характер взаимоотношений персонажей, попавших в разножанровые ситуации
- составление диалогов от имени героев фильма, представленного в разных жанрах

Медийные репрезентации (media representations)

Варианты заданий (работа в минигруппах):

- театрализованный этюд на тему интервью (или «пресс-конференции») с различными персонажами медиатекста;
- театрализованный этюд на тему «международной встречи медиакритиков», которые обсуждают различные аспекты, связанные с характерами персонажей медиатекстов т.д.;
- «юридический» ролевой этюд, включающий процесс «расследования» преступлений главного отрицательного персонажа медиатекста;
- актерские этюды: сыграть роли, близкие к сюжету фильма («присяжный и подсудимый», «адвокат и прокурор», «следователь и подозреваемый», «свидетель преступления и судья» и др.).

***цикл изобразительно-
имитационных творческих
заданий***

**(графическое, художественное
изображение главных и
второстепенных героев
аудиовизуального
медиатекста)**

Языки медиа (media languages)

- подготовка серии рисунков, комиксов на тему взаимоотношений тех или иных персонажей - с отработкой их мимики, жестов, пластики движений, манеры одеваться и т.д.

Медийные репрезентации (media representations)

Варианты заданий

- подготовка рекламных афиш, постеров, коллажей, комиксов, в которых отражались бы характеры тех или иных персонажей фильма.
- подготовить серии рисунков, комиксов на тему разнообразных реакций на медиатексты представителей аудитории разного возраста, уровня образования и социального статуса.

Характеристика персонажей в аудиовизуальных медиатекстах

- Нежный, мягкий
- Грубый, жесткий
- Интеллектуал, тупица
- Боец, растяпа и т.д.
- Волевой, Безвольный
- Остроумный, Объект насмешек со стороны других персонажей
- Верный, Предатель
- Оптимист, Пессимист и т.д.

Анализ персонажа

- *Возраст персонажа*
- *Раса персонажа*
- *Внешний вид, одежда, телосложение персонажа*
- *Уровень образования, профессия, хобби персонажа*
- *Семейное положение персонажа*
- *Социальное положение персонажа*
- *Черты характера, темперамент, мимика, жесты, лексика персонажа*
- *Ценностные ориентации (идейные, религиозные и др.) персонажа*
- *Поступки персонажа, способы разрешения конфликта*

Условные коды персонажей

- Золушка
- Богатырь/Супермен/Герой
- Простак/Иванушка-дурачок
- Король/Царь/Властитель
- Красавца и Чудовище
- Аутсайдер/Неудачник
- Злодей или маньяк
- Вампир/Упырь
- Шпион/Разведчик
- Предатель
- Жертва

Вопросы для обсуждения

- Каковы психологические отношения между персонажами в фильме, каковы причины их действий, последствия этих действий?
- Как развиваются характеры персонажей? Изменились ли главные персонажи в результате событий медиатекста? Как, почему?
- Что персонажи узнали в результате развития сюжета фильма?
- В каких сценах и как именно раскрываются конфликты между персонажами в данном фильме?