

Ассоциация кинообразования и медиапедагогике
России

Медиакомпетентность и ее уровни

Презентацию подготовила
к.п.н., доцент И.В. Челышев

Таганрог 2012



Медиакомпетентность (медиаграмотность, медиакультура, медиаобразованность)

умения использовать, критически анализировать, оценивать и передавать медиатексты в различных видах, формах и жанрах, анализировать сложные процессы функционирования медиа в социуме

Медиакомпетентность

- совокупность мотивов, знаний, умений, способностей, способствующих выбору, использованию, критическому анализу, оценке, созданию и передаче медиатекстов в различных видах, формах и жанрах; анализу сложных процессов функционирования медиа в социуме

Показатели медиакомпетентности

- **Мотивационный:** мотивы контакта с медиа и медиатекстами: жанровые, тематические, эмоциональные, гносеологические, гедонистические, психологические, моральные, интеллектуальные, эстетические, терапевтические и др.
- **Контактный:** частота общения/контакта с медиапроизведениями медиакультуры (медиатекстами)

- **Информационный:** знания терминологии, теории и истории медиакультуры, процесса массовой коммуникации.
- **Перцептивный:** способности к восприятию медиатекстов.
- **Интерпретационный/оценочный** умения критически анализировать процесс функционирования медиа в социуме и медиатексты разных видов и жанров

- **Практико-операционный (деятельностный):**
умения выбирать те или иные медиа и медиатексты, создавать/распространять собственные медиатексты, умения самообразования в медийной сфере
- **Креативный:** наличие творческого начала в различных аспектах деятельности (перцептивной, игровой, художественной, исследовательской и др.), связанной с медиа

Характеристика высокого уровня

медиакомпетентности:

- **МОТИВАЦИОННЫЙ ПОКАЗАТЕЛЬ:**
 - широкий комплекс жанровых, тематических, эмоциональных, гносеологических, гедонистических, интеллектуальных, психологических, творческих, этических, эстетических МОТИВОВ, ВКЛЮЧАЮЩИХ:
 - выбор разнообразного жанрового и тематического спектра медиатекстов при обязательном включении неразвлекательных жанров;

- стремление получить новую информацию;
- стремление к рекреации, компенсации развлечению (в умеренных дозах);
- стремление к идентификации, сопереживанию;
- стремление к подтверждению собственной компетентности в различных сферах жизни и медиакультуры;

- стремление к поиску материалов для учебных, научных, исследовательских целей;
- стремление к художественным впечатлениям;
- стремление к философскому/интеллектуальному, этическому, эстетическому спору/диалогу с создателями медиатекста, к критике их позиции;
- стремление научиться создавать медиатексты самому, изучая конкретные примеры творчества профессионалов.

- **контактный показатель:**
 - частые контакты с различными видами медиатекстов
- **информационный показатель:**
 - знания большинства базовых терминов, теорий, основных фактов истории развития медиакультуры, творчества деятелей медиакультуры, ясное понимание процесса массовой коммуникации и медийных воздействий в контексте реального мира

- **перцептивный показатель:**
 - отождествление с автором медиатекста при сохранении основных компонентов «первичной» и «вторичной» идентификации (кроме наивного отождествления действительности с содержанием медиатекста):
способность соотнесения с авторской позицией, которая позволяет предугадать ход событий медиатекста «на основе эмоционально-смыслового соотнесения элементов сюжета, восприятия авторской мысли

- **интерпретационный/оценочный показатель:**
 - полноценный анализ медиатекста, способность к анализу и синтезу пространственно-временной формы медиатекста, понимание, интерпретация (сравнение, абстрагирование, индукцию, дедукцию, синтез, критическую оценку авторской концепции в контексте структуры произведения, историческом и культурном контекстах).

- аргументированное согласие или несогласие с авторской позицией создателей медиатекста, критическая оценка моральной, эмоциональной, эстетической, социальной значимости медиатекста, умение соотносить эмоциональное восприятие с понятийным суждением, перенести это суждение на другие жанры/виды медиакультуры, связать медиатекст со своим опытом и опытом других людей и т.п.).

- **практико-операционный показатель:**
 - практические умения самостоятельно создавать медиатексты различных видов и жанров;
- **креативный показатель**
 - ярко выраженный уровень творческого начала в различных видах деятельности (перцептивной, игровой, художественной, исследовательской и др.), связанной с медиа.

манипулятивное воздействие

- психофизиологический уровень
- социально-психологический уровень
- информационный уровень
- эстетический уровень

Типология манипулятивного воздействия медиа:

- «оркестровка»
- «селекция» («подтасовка»)
- «наведение румян»
- «приклеивание ярлыков»
- «трансфер» («проекция»)
- «свидетельство» – ссылка на авторитеты
- «игра в простонародность».

Критический анализ медиатекста

- мыслительный процесс выявления свойств и характеристик медиапроизведения в целом, его составных частей и элементов в контексте личной, социокультурной и авторской позиции, предполагающий полноценное восприятие медиатекста, умение группировать факты, свойства и явления, классифицировать их, раскрывать существенные стороны изучаемого медиапроизведения, его внутреннюю структуру

Приемы критического анализа медиатекстов:

- -«просеивание» информации (аргументированное выделение истинного и ложного, очищение информации от «румян» и «ярлыков» путем сопоставления с действительными фактами и т.д.);
- -снятие с информации ореола «типичности», «простонародности», «авторитетности»;
- -критический анализ целей, интересов «агентства», то есть источника информации

технологический алгоритм критического мышления

(ВОР— вызов, осмысление, рефлексия)