

Ассоциация кинообразования и медиапедагогики России

Методика медиаобразования

Презентацию подготовила:
к.п.н., доцент И.В. Челышева



Таганрог - 2012

Методика медиаобразования -

процесс обучения основам медиакультуры в плане содержания данного образования и деятельности педагога и ученика (студента), с учетом вариативности, импровизации, диалогической формы преподавания и учения и требований к составляющим образовательного процесса

Основные методические подходы



1. интегрированный в предметы общеобразовательного цикла (преимущественно гуманитарные: литература, история и т.д.)
2. специальный подход, предполагающий изучение медиакультуры в рамках учебных планов и программ (спецкурсы, семинары, уроки и т.д.)
3. факультативный, осуществляющийся в кружках, студиях, клубах и т.д.

Классификация методов медиаобразования:

1. по источникам полученных знаний:

- *словесные* (лекция, рассказ, беседа, объяснение, дискуссия);
- *наглядные* (иллюстрация и демонстрация медиатекстов);
- *практические*



2. По уровню познавательной деятельности:

- *объяснительно-иллюстративные* (сообщение педагогом определенной информации о медиа, восприятие и усвоение этой информации аудиторией);
- *репродуктивные* (разработка и применение педагогом различных упражнений и заданий на материале медиа для того, чтобы учащиеся овладели приемами их решения),
- *проблемные* (проблемный анализ определенных ситуаций или медиатекста с целью развития критического мышления);
- *частично-поисковые или эвристические, исследовательские* (организация поисково-творческой деятельности обучения)

Функции медиаобразовательных творческих заданий:

- **обучающие** (знания о теориях и законах, приемах восприятия и анализа медиатекстов)
- **адаптационные** (способность применять эти знания в иных ситуациях)
- **развивающие** (развитие мотивационных, волевых и др. свойств и качеств личности)
- **управляющие** (создание условий для процесса медиаобразования)

- **Цикл литературно-имитационных, театрализованно-ситуативных, изобразительно-имитационных творческих занятий для овладения аудиторией креативными умениями на материале медиа с помощью эвристических, игровых форм и технических средств**

(освоение понятий «фабула», «сюжет», «тема», «конфликт», «композиция», «кадр», «план», «монтаж» др.)



- 1) «литературно-имитационные»
(написание заявок на сценарии,
написание минисценариев
медиатекстов и пр.);
- 2) «театрализованно-ситуативные»
(инсценировка эпизодов медиатекста,
процесса создания медиатекста и т.д.);
- 3) «изобразительно-имитационные»
(создание афиш, фотоколлажей,
рисунков на темы произведений
медиакультуры и т.д.).

- ***II. Цикл творческих занятий, направленных на развитие у аудитории полноценного восприятия медиатекстов***



- **1.Творческие занятия по восстановлению в памяти динамики пространственно-временных, аудиовизуальных образов кульминационных эпизодов произведений медиакультуры в процессе коллективного обсуждения.**

2. «Литературно-имитационные» творческие задания

- игровые, проблемные и ролевые элементы при изучении понятий: «установка на медиавосприятие», «процесс медиавосприятия», «условие медиавосприятия», «сопереживание», «сотворчество», «уровни медиавосприятия», «типология медиавосприятия», «система эмоциональных перепадов», «феномен массового успеха» и т.д.

3. «Театрализованно-ситуативные» творческие задания

- театрализованные этюды по изучению понятий: «установка на медиавосприятие», «процесс медиавосприятия», «условие медиавосприятия», «сопереживание», «сотворчество», «уровни медиавосприятия», «типология медиавосприятия», «система эмоциональных перепадов», «феномен массового успеха» и т.д.

- ***III. Цикл творческих занятий, направленных на развитие у аудитории умения анализа медиатекстов***



Этапы цикла:

- выявление и рассмотрение содержания эпизодов медиатекстов, с максимальной яркостью воплощающих характерные закономерности произведения в целом;
- анализ логики мышления авторов медиатекста: в развитии конфликтов, характеров, идей, аудиовизуального, пространственно-временного ряда и т.д.;
- определение авторской концепции и обоснование личного отношения к той или иной позиции создателей медиатекста.

Методы проблемного анализа медиатекстов

- автобиографический (личностный)
- анализ культурной мифологии
- анализ медийных стереотипов
- анализ персонажей
- герменевтический анализ культурного контекста
- идентификационный
- идеологический, философский
- иконографический
- контент-анализ
- культивационный
- семиотический
- структурный
- сюжетный/повествовательный
- этический
- эстетический

