

Муниципальное автономное учреждение
дополнительного образования детей
«Центр развития творчества детей и юношества
города Новотроицка Оренбургской области»

**Формирование медиаграмотности обучающихся
на учебных занятиях дополнительного образования
(методические рекомендации)**

Составитель: М.В. Ткачева, заведующая
информационно-методическим отделом



г.Новотроицк, 2017 г

Утверждено на методическом совете МАУДО ЦРТДЮ. Протокол №3
от 18.12.2017 г.

Данные рекомендации составлены с целью оказания методической помощи педагогам дополнительного образования.

В рекомендациях даны основные понятия медиаобразования, описана модель медиаобразования в МАУДО ЦРТДЮ, предложены способы развития медиаграмотности обучающихся – через выполнение творческих заданий и создание обучающимися собственного медиа-контента.

Муниципальное автономное учреждение дополнительного образования
«Центр развития творчества детей и юношества
города Новотроицка Оренбургской области»
2017 г.

Содержание

Введение	3
Основные понятия	4
Модель медиаобразования в МАУДО ЦРТДЮ	5
Творческие задания на развитие медиаграмотности у обучающихся	6
Сайт или страница в социальной сети творческого коллектива	21
Список используемой литературы	22

Введение

Тема медиаобразования сегодня очень актуальна. Она тесно связана с проблемой социализации личности. Современный ребенок живет в мире медиапотребления: с помощью цифровых технологий он познает мир и его окружение. Ребенок 4-5 лет осваивает гаджеты раньше, чем чтение и письмо. Современные подростки не просто пользуются интернетом, они живут в нем, имея неограниченные возможности получения и переработки информации. Но в современных реалиях не стоит приуменьшать роль, которую играют средства массовой информации в социализации молодёжи.

Далеко не всё, что предлагают СМИ, благотворно влияет на подрастающее поколение. Коммерциализация средств массовой информации вытеснила молодёжную аудиторию с её интересами на периферию медиарынка. СМИ в значительной степени утратили свою воспитательную функцию, сменив её на функции развлечения и удовлетворения потребительских интересов. Соответственно, молодое поколение нуждается в медиаобразовании, удовлетворяющих просветительскую и воспитательную потребность, и в этом огромная роль принадлежит системе дополнительного образования.

В связи с этим, педагог, включенный в систему дополнительного образования должен как минимум владеть искусством обучения и воспитания, требующего постоянного самосовершенствования, профессионального умения оптимизировать все виды учебно-воспитательной деятельности, направленной на всестороннее развитие и совершенствование личности, формирование ее мировоззрения и способностей (С. Д. Якушева).

Основные понятия

Медиа - это любые каналы и средства доставки информации.

Медиаобразование - обучение теории и практическим умениям для овладения современными средствами массовой коммуникации.

Под **медиаобразованием** следует понимать обучение теории и практическим умениям для овладения современными средствами массовой коммуникации.

Медиаграмотность - совокупность навыков и умений, которые позволяют людям анализировать, оценивать и создавать сообщения в разных видах медиа, жанрах и формах.

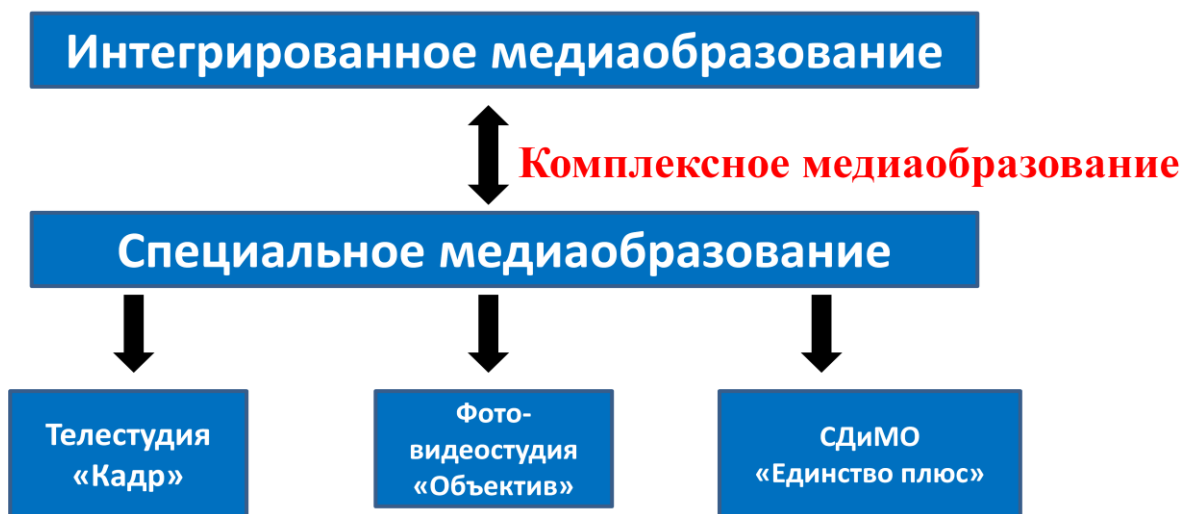
Медиакомпетентность - способность:

1. осознавать свои информационные потребности,
2. искать информацию,
3. анализировать и оценивать ее,
4. грамотно и безопасно использовать информацию,
5. создавать свой собственный медиапродукт.

Задачи медиаобразования:

- обучение восприятию и переработке информации, передаваемой по каналам СМИ;
- развитие критического мышления, умений понимать скрытый смысл сообщения, противостоять манипулированию сознанием;
- выработка навыков создания собственных информационных продуктов;
- формирование социальной культуры молодежи.

Модель медиаобразования в МАУДО ЦРТДЮ



К *специализированному медиаобразованию* относится образование, которое обучающиеся получают, посещая телестудию «Кадр», фото-видеостудию «Объектив» и медиацентр СДиМО «Единство плюс». Благодаря современным технологиям, обучающиеся этих объединений могут работать с информацией, создавать собственные фильмы, телепередачи, газеты, сайты, виртуальные фотоальбомы, таким образом развивать свой творческий потенциал в области медиакультуры.

Интегрированное медиаобразование - это формирование у обучающихся умений работать с информацией масс – медиа в процессе обучения во всех объединениях ЦРТДЮ.

Творческие задания на развитие медиаграмотности у обучающихся

Творческие задания по желанию могут быть включены в ход занятия или конкурсной программы. Эти задания обладают развивающим и образовательным потенциалом, способствуют расширению знаний детей о медиа.

Упражнение «Ложные сведения»

Включение в процесс занятий сообщений из медиа-источников. Обучающимся предлагается найти сообщения, в которых находятся заведомо ложные, недостоверные сведения, содержатся ошибки. Например, по теме «Аппликация из бересты «Деревянные храмы»». Из сообщений СМИ обучающиеся находят сведения о берестяном промысле на Руси, деревянных храмах, сохранившиеся по сегодняшний день. Анализируя данные информационные сообщения на занятии, дети совместно с педагогом ищут ошибки, неточности в журналистских текстах, сравнивают информации из других источников и учебной литературы. Форма подобных дискуссий, дебатов, обсуждений существенно разнообразят занятия.

Упражнение «Заметка в СМИ»

В качестве примера использования средств медиаобразования можно предложить педагогам обсудить заметки в одном из СМИ.

Цель задания: определение достоверности информации в СМИ по определенной теме.

Задачи:

- выполнить поиск различных публикаций в СМИ, в которых можно подтвердить или опровергнуть данное сообщение (рекомендуется найти не менее 10 источников);

- провести анализ данных информационных источников и сравнить с содержанием книг;

- на основе анализа источников и учебной литературы представить собственную версию.

Задача педагога - побудить учащихся в процессе поиска использовать различные источники: энциклопедии, книги, учебники, газеты и журналы, Интернет, обучить грамотному составлению поисковых запросов, подбору ключевых слов и т.д., провести корректировку ученических работ.

Педагог в процессе анализа информационного контента на предмет научности, достоверности, наличия ошибок и неточностей формирует у обучающихся умение критически подходить к оценке информации, определять жанровое разнообразие текстов, находить скрытый политический или иной смысл.

В качестве примеров вопросов и заданий по анализу заметки предлагаем следующие:

- определите жанр написания заметки;
- кому адресована данная заметка? Перечислите доказательства.
- определите цель заметки.

Собственную версию обучающиеся могут представить в виде статьи, рекламы, рассказа. Обязательно должна присутствовать аргументация точки зрения, конкретные факты. Также не стоит забывать про ссылки на источники информации.

Игра «Хорошо и плохо»

Эта игра поможет осознать, какие положительные и отрицательные стороны могут иметь различные медиа, более критично и самостоятельно относиться к ним. После выполнения задания ответы игроков сравниваются и обсуждаются. Выигрывает тот, чьи ответы оказались самыми полными и оригинальными.

Для проведения этой игры нужно разделить лист бумаги вертикально на две части. В каждой части – заголовки «хорошо» и «плохо». На каждой стороне листа нужно вписать положительные и отрицательные стороны влияния медиа(кино, телевидения, компьютерной игры и т.д.). Например, к положительным сторонам медиа детьми могут быть отнесены следующие высказывания: «Телевидение и компьютерные игры помогают в учебе», «С помощью медиа мы узнаем много нового», «По телевизору показывают веселые программы, от которых поднимается настроение» и т.п. А вот пример описания отрицательных сторон медиа: «Если долго смотреть телевизор, можно испортить зрение», «Если показывают страшный фильм, то потом трудно заснуть», «Есть очень трудные компьютерные игры, которые невозможно пройти, тогда я злюсь» и т.д.

Игра «Разговор на тему...»

Эта игра проводится с целью развития навыков межличностного общения в сфере медиа, критического осмысления медиаинформации. Игроки разбиваются на пары. Каждой паре предлагается определенная тема, например, «Новые компьютерные игры», «Почему вредно долго смотреть телевизор?», «Медиа и учеба в школе» и т.п. После этого каждая пара должна составить свой диалог. Авторы самых лучших и интересных диалогов считаются победителями. В процессе диалога Ваши дети, да и Вы сами сможете в процессе непринужденного общения лучше сформулировать свое мнение о медиа, высказать свою точку зрения по тому или другому вопросу, касающемуся значения СМК в жизни каждого человека.

Игра «Фотография за окном»

Эта игра развивает наблюдательность и внимание, а также полноценное восприятие объектов. По команде ведущего игрокам предлагается посмотреть в окно несколько секунд, после чего они должны рассказать, что увидели. При этом увиденную за окном картину нужно стремиться нарисовать словами как можно точнее, как бы фотографируя.

Затем задание усложняется, и игрокам предлагается представить, что все увиденное за окном – один кадр из фильма, к которому необходимо придумать начало и конец.

Игра «Кастинг»

Еще одна игра, развивающая внимание и наблюдательность. Игрокам дается задание внимательно рассмотреть друг друга и постараться как можно лучше запомнить внешность партнеров. Через две– три минуты выбирается один игрок(ведущий), который будет проводить «кастинг». Его задача заключается в том, чтобы, стоя спиной к остальным учащимся, называть тех игроков, которые будут им «утверждены» на определенные роли в фильме. Роли могут быть самые неожиданные: Баба Яга, разведчик, бизнесмен, милиционер, фотомодель и т.д. Ведущий должен не просто назвать определенного претендента на роль, но и подобно описать внешность(какие у него глаза, какого цвета волосы, в чем одет и т.д.). По окончании описания, если оно соответствует истине, претендент на «роль» сам становится ведущим.

Игра «Озвучка»

Эта игра способствует развитию полноценного восприятия медиатекста, фантазии и творческого воображения. Для проведения игры можно заранее записать на фрагменты аудиозаписи из мультфильмов, телевизионных программ, фильмов-сказок или рекламы. После того как между участниками распределяются роли (кто кого будет озвучивать), звук телевизора мы выключаем и участники начинают работать над озвучиванием отрывка.

Перед игроками можно поставить несколько другую задачу – озвучить данный отрывок таким образом, чтобы фрагмент прозвучал в определенном жанре, например, в жанре комедии, детектива, приключенческого фильма, фильма «ужасов» и т.д. Причем таким образом озвучивать можно не только художественные или анимационные фильмы, но и телепередачи. Например, озвучивание передачи «В мире животных».

Здесь перед игроками встает довольно сложная задача – озвучить животных: обезьян, львов, тигров, дельфинов и т.п.

Игра «Стоп-кадр»

Эта сюжетно-ролевая игра способствует развитию зрительно-художественной образности. Игрокам демонстрируются стоп-кадры из фильмов по изучаемой теме, и предлагается воспроизвести монологи от имени главных героев, изображенных на них. Лучше, если в процессе игры будут использоваться кадры из фильмов разных жанров. Во время выполнения задания остальные игроки выступают в роли жюри, отмечают лучшие варианты ответов.

Игра «Музыкальные редакторы»

Развивает эстетический вкус, полноценное восприятие медиатекста, фантазию и творческое воображение. Для ее проведения можно использовать записанные на видео фрагменты из мультфильмов, телевизионных программ, фильмов-сказок или рекламы, а также аудиозаписи. Задача «музыкальных редакторов» состоит в подборе музыкального сопровождения к видеофрагментам.

Игра «Выпуск новостей»

Эта ролевая игра – импровизация способствует ознакомлению ребенка с профессиями в сфере медиа, а также развивает творческое воображение и фантазию. На время игры ваша команда превращается в «репортеров», «телеведущих», «специальных корреспондентов» и т.д. «Выпуски новостей» могут быть посвящены, изучаемым на занятии темам

Какую бы тему вы не выбрали для своего выпуска, главное, чтобы новости были актуальными, правдивыми и интересными.

Игра «Журналисты»

Эта игра-импровизация, направленная на развитие речи, фантазии и творческого воображения. Каждому играющему выдается свой порядковый номер. Ведущий начинает рассказывать какую-либо историю, например:

Жил-был маленький Винтик. Когда он появился на свет, то был очень красивый, блестящий, с новенькой резьбой и восьмью гранями. Все говорили, что его ждет великое будущее. Он вместе с некоторыми винтиками будет участвовать в полете на космическом корабле. И вот наконец настал тот день, когда Винтик очутился на борту огромного космического корабля...

На самом интересном месте ведущий останавливается со словами: «Продолжение следует в журнале номер.....». Тот, у кого в руках этот номер, должен подхватить нить сюжета и продолжить рассказ в течение условленного времени (например, в течение двух минут). Затем рассказ прерывается словами: «Продолжение следует в журнале номер...» и т.д.

В результате игры главный герой может побывать на многих планетах, встретиться с инопланетянами... Да мало ли что с ним может произойти, если проявить фантазию и выдумку!

Игра «Рекламный агент»

Эта игра способствует развитию речи, фантазии, воображения, а также развитию критического мышления при восприятии рекламных медиатекстов. В процессе игры каждый из ее участников становится «рекламным агентом», которому дано задание – составить рекламное объявление или подготовить рекламный ролик. Обычно в таких случаях у юных игроков возникает много вопросов о том, как лучше подготовить объявление, как его оформить и т.д. Здесь ребенку важно объяснить, чем отличаются рекламы, подготовленные для телевидения, от рекламных объявлений, которые печатаются в прессе или звучат по радио. Хорошо бы дать юным агентам несколько советов о том, как писать рекламное объявление, например, что часто для привлечения покупателей в рекламе используются небольшие стихи (слоганы), а также что при подготовке рекламных объявлений их разработчики, в большинстве случаев, стремятся осветить все преимущества того или иного товара. Перед началом игры ее участникам можно предложить несколько пошаговых рекомендаций:

1. Сначала нужно определить, какой товар или услугу ты будешь рекламировать.
2. Подумай, где будет демонстрироваться твоя реклама (по телевидению, на радио, в журнале).
3. Определи, в какой форме будет представлена твоя реклама (в форме небольшого спектакля, сказки, рекламного объявления и т.д.).
4. Какое оформление ты планируешь для своей рекламы (костюмы, музыка и т.д.).
5. Кратко опиши свой сценарий.

Приведем небольшой пример рекламного объявления к фильму «Человек-паук– 2»: «Если вы смотрели первый фильм про отважного и смелого Человека-паука, то вам будет очень интересно узнать, что же происходит с ним сейчас. Его, как всегда, ожидают интересные приключения, опасности и встречи с новыми друзьями. Если вы хотите путешествовать вместе с ним, обязательно посмотрите этот фильм!».

Верить мне или нет?

Игра проводится с целью развития внимания и умения отличать истинную информацию от ложной. Каждому участнику игры предлагается ряд предложений, произнесенных ведущим вслух или написанных на листе бумаги. Количество и сложность предлагаемых

предложений зависит от возраста и подготовленности игроков. Младшему школьнику можно, например, предложить такие высказывания: «Зимой на улице жарко»,

«Осенью облетают листья с деревьев», «У собаки три глаза» и т.д. Читая или воспринимая на слух предложения, ребенок должен угадать, какие из высказываний истинные, а какие ложные. За каждое правильно угаданное предложение игрокам присуждается по одному баллу.

На следующем этапе игру можно усложнить, предложив ребенку самому придумать истинные и ложные высказывания для взрослых игроков или устроить блиц-турнир, в ходе которого игроки по очереди придумывают и озвучивают друг другу такие высказывания. Выигрывает тот, кто даст больше всех верных ответов.

Игра «Директор редакции»

Эта игра способствует развитию творческого воображения, фантазии, формированию коммуникативных навыков. Из числа участников игры выбирается «директор». Его главная задача – отобрать из имеющихся претендентов журналистов для работы в редакции.

Для того чтобы устроиться «на работу», игроки должны подготовить небольшие статьи для журнала на свободную тему (написать стихи или подобрать вопросы для интервью и т.д.), рассказать о себе, проявить необходимые качества для будущей деятельности (коммуникабельность, находчивость, творческие способности, умение излагать свои мысли).

Игра «Лучший сюжет для фотографии»

Позволяет в увлекательной игровой форме познакомить детей с понятиями из мира медиа – сюжетом, композицией, планом, а также помогает юным игрокам лучше овладеть своим телом, работать над выразительностью мимики и жестов, создавать интересные образы, передавая характерные особенности изображаемых фотогероев.

Игрокам предлагается следующая ситуация: «Представьте себе, что фотографы, которые очень долго ищут хороший сюжет, увидели очень интересный материал для своих снимков. Помните, что в фотографии нет движения и звука, а характер и настроение можно передать только с помощью выражения мимики, жестов, позы тела. Помогите фотографам увидеть самые интересные сюжеты!».

В соответствии с поставленной задачей игроки должны, проявляя выдумку и фантазию, изобразить «сюжетные фотографии». В качестве основных персонажей можно выбирать не только людей различных профессий и возрастов (продавца, пожарного, старушку или солидного мужчину), зверей, птиц (кошку, зайца, петуха и т.д.), но и

неодушевленные предметы (кастрюлю, телефон, книгу и др.). При желании несколько игроков могут создать интересные групповые композиции.

Игра «Портрет»

Здесь перед игроками ставится задача посложнее – передать при помощи мимики и жестов различное настроение, характерные особенности человека. Все остальные участники должны угадать, что именно хотел передать тот или иной игрок, создавая свой «портрет».

Игра «Папарацци»

Эта игра способствует развитию зрительно-художественной образности, фантазии и творческого воображения. Как известно, ни один репортаж или интервью в газете и журнале не обходятся без красочных и интересных фотографий. Если телевидение и кино имеет дело с движущимися объектами, то в искусстве фотографии все персонажи неподвижны, поэтому перед фотокорреспондентом стоит трудная задача – запечатлеть человека таким образом, чтобы фотография отражала его характер, внутренний мир, увлечения или пристрастия. Фотография в газетах и журналах имеет огромное значение, так как с ее помощью читатель может не только получить какую-либо информацию, но и убедиться в ее подлинности с помощью фотоснимков. Фотоаппарат дает возможность самому стать творцом, сконцентрировать внимание на каких-либо предметах и значимых для себя людях.

Игрокам необходимо, используя фотографии, придумать небольшие репортажи или сюжеты таким образом, чтобы фотоснимки и подготовленные сюжеты как можно лучше соответствовали друг другу. Затем можно несколько усложнить задание, предложив игрокам иллюстрации из газет и журналов для написания коротких статей, подходящих к этим иллюстрациям по содержанию.

Игра «Газетный киоск»

Театрализованная игра, позволяющая юным участникам познакомиться с некоторыми понятиями медиамира (рубрика, рисунок-символ, юный корреспондент, редакция и др.), научиться ориентироваться в материалах прессы для детей.

К детям в гости приходит почтальон Печкин (его роль играет кто-то из обучающихся) и доставляет интересные газеты и журналы для ребят. По ходу игры дети знакомятся с материалами, которые помещены на первой страничке газеты (журнала). Почтальон рассказывает, что на первой странице помещают все самое важное, что произошло за какой-то определенный промежуток времени. Благодаря рассказу Печкина юные читатели узнают, что рисунок – символ обязательно соответствует тому

материалу, который напечатан в газете, юные корреспонденты (юнкоры) – это обучающиеся, занимающиеся подготовкой материалов для очередного номера, а определенный шрифт и цвет в газете используются, чтобы привлечь внимание читателя и т.д. В результате участники игры постигают тайны печатного медиатекста, учатся находить необходимую и интересную информацию, знакомятся с прессой для детей.

Игра «Инсценировка»

В процессе этой игры можно инсценировать небольшие фрагменты из фильмов, телевизионных программ, рекламных роликов и т.д. Между участниками распределяются роли «режиссеров», «операторов», «дизайнеров», «актеров», «гримеров», «ведущих» и «участников» и пр.

Перед каждым игроком в зависимости от выбранной роли стоят конкретные задачи:

- «журналистские» (ведение «телепередач», «интервью», «репортажей с места события» и т.д.);
- «режиссерские» (общее руководство процессом «съемки», выбор «актеров», «телеведущих» и т.д.);
- «звукооператорские» (использование шумов, музыкального сопровождения и т.д.);
- «декоративно-художественные» (изготовление и использование декораций, костюмов и т.д.);
- «актерские» (исполнение ролей в «видеофильме», «телепередаче» и т.д.)

В процессе игры ее участники вовсе не обязательно должны ставить перед собой цель представить законченные произведения медиаккультуры, претендующие на профессиональный уровень. Их главная задача состоит в знакомстве с процессом постижения аудиовизуального языка, развитии творческого потенциала каждого участника.

Игра «Старая сказка на новый лад»

Эта игра, развивающая творческое воображение, фантазию и артистические способности, вызывает бурю положительных эмоций и у актеров, и у зрителей. В основу сюжета может быть положен любой фильм, знакомый игрокам. Задача играющих состоит в том, чтобы инсценировать известные киноистории в определенном жанровом ключе, например, в комедийном, приключенческом, драматическом и т.д.

Игра «Угадай название фильма»

Игра, развивающая внимание и память. Для проведения игры необходимо запастись видеофрагментами из мультфильмов или детских

художественных фильмов. Задача участников – угадать название просмотренных фрагментов.

Эта игра может иметь множество вариантов. Например, можно усложнить задание – угадывать имена актеров, режиссеров, название литературных произведений, по мотивам которых снят мультипликационный или художественный фильм. Можно также использовать в качестве иллюстрируемого материала не видеозапись, а пантомиму или устный рассказ о фильме (не называя имен главных персонажей). Остальные участники по жестам или устному рассказу пытаются дать верные ответы. Побеждает сильнейший – тот, кто даст максимальное количество правильных ответов.

Игра «Машина времени»

Очень интересная игра, развивающая фантазию, творческое воображение и речь младшего школьника. По правилам этой игры ее участники должны попытаться представить, что произойдет, если их любимые герои из известных кинофильмов, мультфильмов или сериалов попадут в другую историческую эпоху или другую страну, город. Приведем примеры отрывков из такого рассказа: «Мой любимый мультфильм «Шрек». Его главный герой попал в наш город и подружился со многими ребятами из нашей группы. Мы пригласили его к себе на занятие, гуляли с ним, и нам бы было очень весело. По дороге мы встретили хулиганов, но бояться нам нечего – наш новый друг защитил всех нас».

Игры-аукционы

Настоящий азарт, оживление и веселый смех вызовут игры-аукционы на тему медиа. Вариантов их проведения может быть несколько, но главный принцип аукциона состоит в том, чтобы победитель назвал самый последний, исчерпывающий ответ, после которого ни у кого не было бы вариантов. Ведущий берет деревянный молоток и «торги» начинаются. Темы такого аукциона могут быть следующими:

«Знаменитые актеры кино и телевидения»

«Известные герои мультфильмов»

«Отечественные(зарубежные) режиссеры»

«Фильмы определенного жанра (приключения, комедии, драмы, вестерны, детективы и т.д.)

«Фильмы о детях»

«Фильмы о профессиях»

«Фильмы о животных»

«Фильмы о дружбе»

«Фильмы о добре и зле» и т.д.

Упражнение «Опиши героя фильма»

Задание, развивающее творческое воображение, критическое мышление и речь младших школьников. Как правило, описывая известных героев из художественных и мультипликационных фильмов, ребята дают им неоднозначные оценки. Это неудивительно, ведь каждый зритель воспринимает персонажей в соответствии со своим жизненным опытом, восприятием. Поэтому очень важно, чтобы ребенок сумел свободно высказать то, что он чувствует, ведь это мнение подчеркивает его индивидуальность и неповторимость. Очень хорошо, когда ребенком даются неоднозначные оценки – они свидетельствуют о том, что он умеет посмотреть на вещи с разных сторон, выдвигать нестандартные идеи. Тогда он сумеет решить задачу разными способами, да и в людях сможет лучше разобраться, став взрослым.

Когда участниками будут выбраны персонажи для описания, можно предложить им подобрать соответствующие эпитеты, которые больше всего подходят: например, умный, добрый, глупый, веселый, хвастливый, жадный, смешной и т.д. Здесь нужно дать игрокам возможность поспорить, отстаивать свою точку зрения, доказать, что они правы. Затем можно попросить игроков рассказать о тех поступках главных героев, которые им понравились, и тех, которые не понравились, объяснив свой выбор. Для примера приведем одну точку зрения: «Мне понравился поступок Иванушки, когда он помог старушке добраться домой. А потом он увидел, что она потеряла свою палку, и решил вернуть ее. Но были в сказке и плохие поступки Иванушки. Например, когда он хвастался перед Старичком-Боровичком своей красотой и смелостью, за что и был наказан».

Есть и другие варианты этого задания: можно предложить участникам рассказать, что бы они сделали, если бы могли попасть в эту сказку, с кем бы хотели дружить и кому хотели бы помочь. Эта воображаемая ситуация с интересом воспринимается детьми, они с удовольствием фантазируют, придумывают различные приключения, которые с ними могли бы произойти. Интересно, что почти никогда ими не выбираются в «друзья» отрицательные герои.

Упражнение «Письмо от имени героя»

Это творческое задание, способствующее развитию полноценного восприятия произведений медиакультуры, как правило, вызывает неизменный интерес как детей, так и взрослых. В ходе выполнения задания игрокам предлагается написать «письмо» от имени героев фильмов, телевизионных программ, рекламных роликов и т.д. Причем «письмо» может быть написано не только от имени человека любой

профессии, возраста или культурного уровня, но и от имени неодушевленных предметов, фигурирующих в экранном или печатном медиатексте. После выполнения задания игроки или ведущий читают свои «письма», а остальные пытаются угадать, от имени какого героя они написаны.

Упражнение «Рисуем сказку»

Цель данного задания – помочь детям понять смысловое содержание просмотренного фильма-сказки. Дети очень часто рисуют любимых киногероев, им нравится изображать то, что они видели в кино или на телевизионном экране. Можно предложить им не просто изобразить отдельные картины, происходящие в фильме, а воспроизвести с помощью собственных иллюстраций сюжет фильма или изменить его в соответствии со своим видением (добавить новые персонажи, придумать другие происхождения героев и т.д.).

Можно, например, воссоздать ход просмотренного фильма, поручив каждому из учащихся воспроизвести в рисунке определенный эпизод. После окончания этой работы учащиеся могут более подробно составлять устные рассказы по мотивам просмотренного, пересказать ключевые эпизоды медиатекста и т.д.

Также обучающиеся могут нарисовать иллюстрации на тему услышанной музыки из фильма или сами подобрать музыку к просмотренному фрагменту, которая передает основное его содержание, отражает характер главных героев фильма.

Упражнение «Что за чем»

Задание имеет цель развития умений интерпретировать смысловое содержание экранного медиатекста. Для выполнения этого задания можно использовать иллюстрации, нарисованные ребенком к тому или иному фильму. Выполняя это задание, игрокам нужно расположить картинки в определенной последовательности (в соответствии с развитием конкретного экранного образа).

Упражнение «Выразительные средства экрана»

Его цель – познакомить учащихся с выразительными средствами, которые используются в медиапроизведениях (музыка, кадр, цвет, пластическое решение, движение и т.д.).

Для этого упражнения понадобятся видеофрагменты из мультипликационных или художественных фильмов, а также «стоп-кадры». Например, вот как может происходить знакомство детей с одним из слагаемых экранного образа – пластическим решением.

Сначала участники знакомятся со «стоп-кадрами» из фильма, а затем – с видеофрагментом. Сравнивая кадры и видеофрагменты, дети

замечают, что в фильме, в отличие от кадров, есть движение. Движение, жесты, мимика являются не только отличительной чертой экранных искусств, но и средством создания экранного аудиовизуального образа. Характеризуя героя, мы всегда учитываем не только то, как он выглядит, но и то, как он движется, что происходит с ним. Да и сами герои своими мимикой и жестами очень отличаются друг от друга.

Приведем пример выполнения этого задания на материале известного мультфильма

«Как львенок и черепаха пели песню». Характеризуя героев, ребенок отметил, что черепаха— «малоподвижная», «медлительная», «неторопливая», «она медлительная потому, что медленно движется». А львенок, наоборот, «торопливый», «быстрый», «непоседа», «непоседливый и быстрый потому, что он всегда в движении, бегаёт целый день по пустыне».

Упражнение «Что мы увидели в кадре?»

Это задание, развивающее наблюдательность, внимание, фантазию и медиавосприятие, требует несложной предварительной подготовки. Нужно взять несколько небольших листов плотной бумаги и вырезать в каждом из них «окошечки» таким образом, чтобы получилась рамка.

Когда рамки для каждого участника упражнения будут готовы, можно предложить посмотреть на свой кабинет через «волшебные окошечки»: «Представьте, что вместе с вами в «окошечко» смотрят зрители. Показывайте им то, что вам больше всего нравится вокруг вас, и расскажите об этом». При выполнении этого задания оказывается, что дети находят много интересного в своей обычной обстановке. Некоторые участники признают, что обратили внимание на многие предметы только тогда, когда пристально вгляделись в них через «волшебные окошечки».

Еще один вариант этого задания – ребенку предлагается изложить увиденное в форме кадров для будущего фильма, придумать для него увлекательное продолжение и т.д.

Упражнение «Злые и добрые волшебники»

Это задание способствует развитию внимания и медиавосприятия. В ходе его выполнения участникам предлагается воображаемая ситуация: «Представьте, что к нам на занятие пришел добрый волшебник, который будет снимать на видеокамеру все, что ему понравилось. Но ему трудно одному справиться с этим заданием. Помогите доброму волшебнику выбрать кадры для съемки!».

После выполнения задания игроков можно попросить найти кадры не для доброго, а для злого волшебника. После выполнения задания нужно

сравнить, как меняется восприятие одной и той же комнаты (как и одного и того же фильма) разными людьми.

Выбирая разные кадры, отбирая то, что хочется показать, можно даже один и тот же предмет показать по-разному. Все дело в том, у кого в руках находится камера и какую цель он преследует, снимая тот или иной материал.

Упражнение «Угадай жанр фотографии»

Это задание знакомит с жанровой спецификой фотографического искусства. Для его выполнения понадобятся несколько фотоснимков научного (например, фотоснимок с изображением устройства сложного технического прибора), хроникально-документального (скажем, проведение спортивных соревнований) и художественного жанров (любительские снимки). Путем сравнения фотографий юные фотолюбители приходят к выводу, что в зависимости от жанра снимки могут существенно отличаться друг от друга.

Упражнение «Сам себе режиссер»

Задание, развивающее аудиовизуальное восприятие, творческое воображение, речь и фантазию, позволяет в игровой форме ознакомиться с понятиями сценарий, сюжетная линия, персонажи и т.д.

В процессе выполнения творческого задания участники узнают, что сценарий – это литературная основа фильма, программы или шоу, а люди, пишущие сценарии, называются сценаристами. Их задача состоит в том, чтобы сценарий получился интересным и этот фильм или передачу зрители посмотрели с удовольствием, узнавали что-то новое для себя.

Сценарий напоминает сочинение, представляет собой творческий замысел по определенной теме. Разница между сочинением и сценарием состоит в том, что сочинения, как правило, бывают достаточно короткие, а сценарии, наоборот, представляют собой толстые книги, так как в них очень подробно описано, когда, где и как происходят события, что делают герои фильмов, какие они и т.д. Для того чтобы сценарий получился хорошим, необходимо как следует продумать сюжет и жанр фильма (сюжет – это содержание действия фильма. Жанр – группа медиатекстов (например, фильмов), объединенных по какому-либо признаку (комедия, трагедия, детектив и т.д.).

Учитывая возраст юных сценаристов, не нужно требовать от них длинных и сложных сценариев, можно просто ограничиться сочинением небольших забавных историй, которые потом можно будет инсценировать силами своей «труппы».

Конкурс минисценариев

Этот конкурс проводится в группах (2 – 3 человека) и может стать продолжением творческого задания «Сам себе режиссер». Каждая микрогруппа должна придумать и представить свой сценарий мультфильма на любую тему: можно использовать знакомые им сюжеты по мотивам сказок или известных мультфильмов, а можно подготовить свои собственные истории с новыми героями. Например, основываясь на известных сюжетах, можно придумать новые приключения для сказочных героев. Когда подготовительная работа будет окончена, начинается конкурсная программа. Победит в конкурсе та команда, которая придумает самый интересный и веселый сценарий.

Упражнение «Лучший диктор на ТВ»

Претендентам на победу необходимо прочитать заданный текст от имени дикторов, пришедших на телестудию в грустном, веселом, сердитом настроении и т.д., дикторов, которые должны, читая серьезный текст, рассмешить зрителей или заставить их грустить, читая веселый текст. В общем, вариантов проведения этого конкурса может быть сколько угодно.

Упражнение «Расшифровка»

Этот конкурс превратит его участников в шифровальщиков, которым нужно лучше всех зашифровать содержание известных телевизионных сериалов (фильмов, программ, статей в журнале и т.д.). Обязательное условие – передать содержание медиатекста, не искажая смысл, но в то же время так, чтобы противники не сразу могли узнать, какой это фильм или сериал.

Упражнение «Конкурс телеведущих»

Каждый участник становится на время телеведущим известной программы, ему предстоит самому подобрать наиболее интересные факты для проведения программы, пригласить «гостей» и т.д. Темы программ могут быть самые разные: «Исторические факты», «Животный мир», «Из жизни растений», «Книга рекордов Гиннеса», «Музыка и мы» и т.д.

Упражнение «Самая, самая...»

Этот конкурс позволяет каждому участнику проявить себя как искусного рассказчика, используя фотографии из семейного альбома.

Номинаций в конкурсе может быть несколько: «Самая интересная история», «Самая веселая история», «Самая длинная история», «Самая фантастическая история» и даже «Самая скучная история». Задача конкурсантов – сочинить истории по материалам фотоснимков, причем нужно не просто рассказать о том, что происходит на снимке в данный момент, но и придумать небольшую предысторию, а также спрогнозировать продолжение.

Упражнение «Самый наблюдательный»

Этот конкурс также включает в себя демонстрацию фрагментов из мультипликационных или художественных фильмов. Показ фрагмента длится определенное количество времени (например, 1 минуту), после чего конкурсантам задается вопрос, например: «Какого цвета были ботинки у главного героя?» или «Сколько раз за это время в кадре появился тот или иной персонаж?». Победителем станет самый наблюдательный участник конкурса.

Этот конкурс можно проводить несколько по-другому: вниманию участников предлагается один кадр из фильма или фотоснимок. После его показа конкурсанты должны ответить на вопросы ведущего.

Упражнение «Комиксы»

Проводится в команде и состоит в следующем: каждая команда должна нарисовать серию комиксов на определенную тему. При этом конкурсанты должны учитывать, что комиксы – это не просто набор картинок, передающих какую-либо историю, а символы, переданные в виде иллюстраций, каждая из которых должна отражать основную мысль того или иного фрагмента.

Тематика комиксов может быть следующей: «Приключения друзей на необитаемом острове», «Инопланетные гости», «Поход», «На рыбалке» и т.д. Каждый рисунок комикса должен быть сделан таким образом, чтобы не нужно было делать дополнительные надписи и ход событий был бы ясен. Кроме сюжетной линии в комиксах должна угадываться его основная идея.

Приведем пример описания комиксов на тему «Поход», главная идея которого заключается в том, что любое дело, за которое борется человек, должно быть доделано до конца, иначе потом придется начинать все сначала. На первой картинке изображены все участники похода, которые собираются в путь. У каждого – тяжелый объемистый рюкзак, в руках палатка, удочки. Следующая картинка представляет собой долгий путь к месту отдыха. Автобус переполнен, и ребята с трудом втиснулись в него со своей тяжелой поклажей. На третьем рисунке путники добрались до места и пытаются поставить палатку. Но это дело очень трудное для ребят – палатка стоит очень неровно. Затем путешественники отправляются купаться на речку. Следующая картинка – возвращение ребят к месту привала. Оказывается, палатка за это время совсем разваливалась и ребятам приходится все переделывать еще раз.

Упражнение «Народный артист»

Эта конкурсная программа, в отличие от одноименного телевизионного проекта, имеет цель не просто выбрать лучших певцов, а умение работать в команде, помогая друг другу.

Первый конкурс – «Разминка»: команды должны угадать голос остальных членов своей команды. Для этого один представитель команды встает спиной к остальным участникам. В это время кто-то из игроков произносит одно слово или короткую фразу.

Водящий должен узнать, чей голос звучал. Для каждого водящего от команды предлагается по четыре таких задания. Победителем становится команда, представитель которой узнал больше голосов своей команды.

Второе задание – «Учимся слушать музыку». Нужно заранее подготовить записи различных музыкальных инструментов (фортепьяно, скрипка, труба и т.д.) и звуков, которые нас окружают (шум дождя, звук бьющегося стекла, водопад и т.д.). После предъявления того или иного звука командам нужно угадать, что это за звуки. Следующее задание – «Угадай мелодию». В нем принимают участие капитаны команд, которые должны угадать отрывки из разных песен в течение 3 – 5 секунд.

Последний конкурс – «караоке».

Сайт или страница в социальной сети творческого коллектива

Еще один пример применения технологии медиаобразования - это самостоятельное создание медиа-контента всеми обучающимися.

Учащиеся самостоятельно, посредством сайта или через социальные сети, могут транслировать собственный медиа-контент. Это может быть сообщение на определенную тематику или видеовопрос, предполагающий интерактивное взаимодействие. Для этого многие коллективы создают свои сайты или страницы в популярных социальных сетях. Страница или сайт творческого коллектива аккумулирует информацию о событиях объединения. Одна из основных установок информационной политики таких сайтов и страниц – создание уникального контента, а не копирование с других источников. В основном творческие коллективы создают свои страницы в популярных социальных сетях, а не сайты. Это связано с тем, что:

- 1) социальные сети популярны среди детей и подростков;
- 2) создание и модерирование групп, страниц не требует специальных знаний в области программирования и достаточно просто в обслуживании;

3) есть возможность создавать мультимедийный и интерактивный контент, получать обратную связь от посетителей страницы или группы;

4) можно вступать во взаимодействие с представительствами других образовательных учреждений;

5) наличие мобильной версии социальной сети упрощает коммуникацию с обучающимися, так как именно подростки являются наиболее активными пользователями мобильного интернета.

На странице размещаются статьи обучающихся, объявления о мероприятиях и акциях, новости, опросы и голосования, оповещения об итогах конкурсов и соревнований, обзоры интернет-ресурсов и прочее. Работа обучающихся с сайтом или страницей своего объединения способствует развитию медиавосприятия и критического мышления обучающихся, умения ориентироваться в потоке информации и оценивать качество и достоверность информационных сообщений.

Список использованной литературы

1. Вартанова, Е.Л. Медиаобразование как приоритет общественного развития // Медиаобразование в школе / Под ред. Е.Л.Вартановой, О.В.Смирновой. М.: МедиаМир, 2010. С.5-16.

2. Федоров, А.В. Медиаобразование: История, теория и методика. – Ростов – на Дону: изд. ЦВВР, 2001.-708 с.

3. Чельшева, И.В. Медиаобразование для родителей: освоение семейной медиаграмотности. Научно-популярное издание. Таганрог: Изд-во ТТИ ЮФУ, 2008. 184 с.

4. Инновационные образовательные технологии: теория и практика/Под ред. к.п.н. Е.А. Сухановой. Томск:UFO – Plus,2008