

**Ангарский городской округ
Муниципальное бюджетное общеобразовательное учреждение
"Средняя общеобразовательная школа № 9"**

**Методические рекомендации для учителей школы
(Медиаобразовательные задания для школьников)**

Бабарыкина Наталья Михайловна
учитель русского языка и литературы
1 категории

2022г.

Аннотация

Медиакультура (пресса, печать, радио, звукозапись, фотография, кинематограф, телевидение, видеоарт, интернет), в современной социокультурной ситуации приобретает все большее влияние и распространение. Ее успех (прежде всего - в молодежной аудитории) определяется следующими факторами: использование зрелищно-развлекательных жанров (как правило, опирающихся на мифологию), терапевтической, компенсаторной, рекреационной и других функций медиатекстов, системы «эмоциональных перепадов», позволяющей делать разрядку нервному напряжению зрителей; гипнотизма, угадывания желаний публики, стандартизации, серийности и т.д.

Вызовы времени предполагают не только включение в медиаобразование знаний и навыков поиска и переработки информации, но и обучение медиатворчеству.

Новая задача школы - формирование *медиакультуры личности*: формирование культуры общества и юного поколения как готовности и способности жить и действовать в межпоколенческом диалоге, коллективном дискурсе, и при этом принимать на себя индивидуальную ответственность за те или иные решения, быть субъектом информационного и социального творчества.

Поэтому каждый учитель современной школы в соответствии с профессиональным стандартом педагога должен иметь достаточный уровень медиакультуры, включающий систему медиазнаний, медиаумений и ценностного отношения к медиаобразованию, а также высокий уровень медиаобразовательного мастерства в педагогическом процессе.

Автором подобраны задания, рассчитанные на школьников 1-11 классов. Задания могут использоваться как в работе классных руководителей, так и в деятельности учителей-предметников. Предложенные задания в большей мере подходят для учителей начальных классов, а также для преподавателей гуманитарного цикла.

Пояснительная записка

Актуальность методических рекомендаций определяется настоятельной необходимостью теоретически и методически обоснованной системы развития медиакомпетентности, что особенно актуально для учителей, которых необходимо готовить к осуществлению интегрированного медиаобразования в рамках базовых школьных дисциплин.

Потенциальные возможности медиакультуры в современном образовательном и воспитательном процессе определяются ее широким спектром возможностей для развития человеческой индивидуальности: эмоций, интеллекта, самостоятельного творческого мышления, мировоззрения, активизации знаний, полученных учащимися в процессе изучения дисциплин гуманитарного цикла, эстетического сознания (восприятия, умений художественного анализа и пр.).

Важное для данных методических рекомендаций понятие - профессиональная

медиакультура педагога, то есть совокупность его мотивов, знаний, умений, способностей (показатели: мотивационный, информационный, методический, практико-операционный/деятельностный, креативный), способствующих медиаобразовательной деятельности в аудитории различного возраста.

Цель методических рекомендаций: формирование медиакультуры школьников; развитие понимания особенностей функционирования средств медиа произведений, творческих способностей, мышления, воображения; обучение созданию своими силами небольшого медиапроизведения,

Ожидаемый результат:

учащийся должен уметь:

- подходить к анализу любой информации с позиции общечеловеческих ценностей и морали;
- научиться отделять факты от мнений: факты можно проверить, мнения всегда субъективны;
- научиться видеть эмоциональную окрашенность предлагаемой информации, чтобы уметь отделить эмоции от фактов и не поддаваться эмоциональному воздействию;
- рассматривать проблему с разных сторон, а не только с позиции автора, находить новые ракурсы, с которых ее никто еще не рассматривал; устанавливать взаимосвязь явлений;
- обобщать полученную информацию и делать выводы, принимать решения;
- уметь прогнозировать последствия принятого решения.

учащийся должен знать как:

- 1) анализировать, критически осмысливать и создавать медиапродукцию;
- 2) определять источники медиапродукции, их политические, социальные, коммерческие и/или культурные интересы, их контекст;
- 3) интерпретировать медиатексты и ценности, распространяемые медиа;
- 4) отбирать соответствующие медиа для создания и распространения своих собственных медиатекстов и обретения заинтересованной в них аудитории;
- 5) получить возможность свободного доступа к медиа, как для восприятия, так и для изготовления продукции.

Методические материалы для учителей школы

(Медиаобразовательные задания для школьников)

Классному руководителю: *Игры на материале медиа*
Хорошо и плохо. Эта игра поможет осознать, какие положительные и отрицательные стороны могут иметь различные медиа, более критично и самостоятельно относиться к ним. Если играет несколько человек, то после выполнения задания ответы игроков сравниваются и обсуждаются. Выигрывает тот, чьи ответы оказались самыми полными и оригинальными. Для проведения игры необходимо 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 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.

Разговор на тему... – 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 непринужденного общения все участники должны высказать свою точку зрения о медиа, о значении СМК в жизни каждого человека.

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 (режиссер), 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, фотомodelь и т.д. Ведущий должен не просто назвать определенного претендента на роль, но и подробно описать внешность (какие у него глаза, какого цвета волосы, во что одет и т.д.), пояснить причины своего выбора. По окончании описания, если оно соответствует истине, претендент на «роль» сам становится ведущим.

Озвучка – игра, способствующая развитию полноценного восприятия медиатекста, фантазии и творческого воображения. Для проведения игры можно заранее записать на видео фрагменты из мультфильмов, телевизионных программ, фильмов сказок или рекламы и т.д. После того как между участниками распределяются роли, 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. Таким образом озвучивать можно не только художественные или анимационные фильмы, но и телепередачи. Приведем пример такого озвучивания передачи «В мире животных». Здесь перед игроками встает довольно сложная задача – озвучить животных: обезьян, львов, тигров, дельфинов и т.п. Многие школьники выполняют это задание, демонстрируя неплохое чувство юмора. Например, вот так бы озвучен диалог двух львов, резвящихся на лужайке:

– Ну, как твои дела? Опять бегаешь без дела?
– Совсем нет! Недавно удалось поймать хорошую добычу!

Волшебный мир мультипликации – этот конкурс сможет выявить лучшего знатока мультипликации. Конкурсантам предстоит угадать, какая техника использовалась при создании мультипликационного фрагмента. Например, можно показать небольшие отрывки из кукольных («Незнайка в Солнечном городе», «Варежка»), рисованных («Ну, погоди!», «Приключения Винни-Пуха»), пластилиновых («Пластилиновая ворона»), компьютерных мультфильмов («Валли», «Мадагаскар»). Каждый, угадавший определенный вид мультипликации, получает призовой балл.

Комиксы – конкурс 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.

Создаем любительский фильм. Процесс создания любого произведения медиакультуры, в том числе – и любительского видеофильма, должен иметь определенную эстетическую и художественную ценность, быть направленными не только на воспроизведение событий или явлений, происходящих в жизни, а на творческое отражение происходящего. Процесс созерцания, восприятия, а тем более, созидания произведений искусства является творческим процессом.

Прежде чем приступить к съемке, необходимо ознакомиться с основными понятиями видеоарт – кадр, монтаж, ракурс, план и т.д. (кстати, о многих из этих понятий можно получить представление, выполняя творческие и игровые задания). Например, понятие о «кадре» дает возможность не только научиться правильно обращаться с камерой, наводить объектив, определять, какая композиция будет отражаться на экране, но и изучить художественные стороны данного процесса, уяснить, как при помощи кадра можно отразить красоту объекта, его внутренний мир, чувства, которые испытывает человек и т.д. Кроме того, нужно овладеть основными техническими приемами – статикой (съемка неподвижного объекта), панорамой обзора (общий вид), панорамой сопровождения (съемка перемещающихся в пространстве объектов), перекидкой (быстрая смена направлений съемки, перебрасывание камеры с одного объекта на другой), наездом

(выделение главного объекта), отъездом (откат камеры от объекта) и другими. И хотя возможности современной цифровой техники позволяют без особого труда снимать практически любые объекты, все же для того, чтобы фильм стал интересен и представлял ценность для окружающих (не исключено, что среди них будут профессионалы), можно попробовать осуществить тренировочную съемку отдельных кадров в каждом виде техники. Постепенно в процессе практических упражнений будут приобретаться навыки выражать определенную мысль в объеме одного кадра, передавать настроение и свои художественные замыслы. Затем можно переходить к съемке простых сюжетов, знакомиться с преимущественностью кадров, овладевать умениями снимать простейшие экранные повествования. Первые сюжеты могут быть совсем небольшими – 3-5 минут. На следующем этапе работы происходит знакомство с понятием «композиция кадра», которая начинается с определения плана кадра, ведь при съемке необходимо уметь определять, каким планом снимать объект – крупным, средним или общим (это зависит от того, какая идея положена в основу фильма, какое значение имеет каждый отснятый объект в будущем материале).

Например, младшие школьники вполне могут снять сюжеты из жизни домашних животных или сезонных изменений в природе по предмету «Окружающий мир».

А вот еще несколько несложных заданий. Например, выполнение творческого задания «Видеоэтюда» состоит в съемке нескольких видеофрагментов по определенной теме. Целью задания становится приобретение умений использовать фон, окружающую обстановку. Задание «Дубляж» выполняется с целью развития умений озвучивать иллюстрации, картины, диафильмы, видео и т.д. Еще один вид подготовительной работы – съемка репортажей самой разной тематики. Видеорепортаж является основным методом съемки документального фильма в профессиональном и любительском кино. Цель репортажа – оперативно, динамично и достоверно рассказать о событии, причем репортер выступает как свидетель или участник этого события. Видеорепортаж может быть событийным и проблемно-тематическим. После того как будут освоены премудрости любительской видеосъемки, можно приступить к реализации творческого проекта – съемке собственного фильма. Здесь нужно заранее продумать, какова будет основная идея фильма, какие сюжетные линии она будет включать, какие выразительные средства, цветовые и звуковые решения будут необходимы. Не менее важным моментом является определение целевой аудитории будущего фильма: для детей, взрослых, для широкой аудитории и т.д.

Учителю русского языка и литературы для проведения уроков развития речи, учителям начальных классов:

Фотография за окном – данная игра развивает наблюдательность и внимание, а также полноценное восприятие аудитории. 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 описать 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.

Стоп-кадр – сюжетно-ролевая игра, способствующая развитию зрительно-художественной образности. Игрокам демонстрируются стоп-кадры из известных кинофильмов (мультфильмов) 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.

Журналисты – еще одна 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. Выигрывает тот игрок, который придумывает самую интересную историю.

Рекламный агент – игра, способствующая развитию речи, фантазии, воображения, критического мышления при восприятии рекламных медиатекстов. В процессе игры каждый из ее участников становится «рекламным агентом», которому дается задание – составить рекламное объявление или подготовить рекламный ролик. Обычно в таких случаях у юных игроков возникает много вопросов о том, как лучше подготовить рекламное объявление, как его оформить и т.д. Здесь педагогу важно объяснить аудитории, чем отличается реклама, подготовленная для телевидения, от рекламных объявлений, которые печатаются в прессе или звучат по радио. Можно предложить юным «агентам» несколько советов о том, как написать рекламное объявление. Например, часто для привлечения покупателей в рекламе используются небольшие стихи (слоганы), 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. Определить, какой товар или услуга будет рекламироваться.
 2. Подумать, где будет демонстрироваться реклама (по ТВ, на радио, в журнале).
 3. Определить, в какой форме будет представлена реклама (в форме небольшого спектакля, сказки, рекламного объявления и т.д.).
 4. Кратко описать сценарий.
 5. Подготовить оформление для рекламы (костюмы, музыка и т.д.).
- 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!»).

Верюшь мне или нет? Данная 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 аудитории придумать истинные и ложные высказывания для остальных 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.

Директор редакции – 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).

Лучший сюжет для фотографии – данное игровое задание позволяет в увлекательной форме познакомить аудиторию с понятиями из мира медиа – сюжетом, композицией, планом, а также помогает юным игрокам лучше овладеть своим телом, поработать 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. Еще один вариант этой игры называется «Портрет». Здесь перед игроками ставится задача сложнее – 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».

Папарацци – игра, способствующая развитию зрительно-художественной образности,

фантазии и творческого воображения. Как известно, ни один репортаж или интервью в газете и журнале не обходится 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 из семейного или классного фотоальбома, 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.

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 медиакультуры, претендующие на профессиональный уровень. Их главная задача состоит в знакомстве с процессом постижения аудиовизуального языка, развитии творческого потенциала каждого участника.

Старая сказка на новый лад – игра, развивающая творческое воображение, фантазию и артистические способности, вызывающая 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, сказку «Золушка» или «Спящая красавица» – в комедийном, приключенческом, драматическом и т.д. В соответствии с жанром можно использовать костюмы, музыкальное оформление и т.д.

Самая, самая... – 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.

Письмо от имени героя – творческое задание, способствующее развитию полноценного восприятия произведений медиаккультуры. 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.

Рисуем сказку. Цель данного задания – помочь понять смысловое содержание просмотренного фильма-сказки. Школьники 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.). Если в выполнении задания участвует несколько человек, можно воссоздать ход просмотренного фильма, поручив каждому из учащихся воспроизвести в рисунке определенный эпизод. После окончания этой работы участники могут более подробно составлять устные рассказы по мотивам просмотренного, пересказать ключевые эпизоды медиатекста и т.д. Также играющие 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.

Что за чем. Творческое задание имеет цель развития умений интерпретировать смысловое содержание экранного медиатекста. Для выполнения этого задания можно использовать иллюстрации, нарисованные к тому или иному фильму. Выполняя задание, игрокам нужно расположить картинки в определенной последовательности (в соответствии с развитием конкретного экранного образа). В качестве примера рассмотрим это задание на материале мультипликационного фильма «Снегурочка». Игровая ситуация здесь может быть предложена следующая: «Стали старик со старухой вспоминать, что же произошло с ними и с их внучкой Снегурочкой. Но вдруг налетел ветер, перепутал все картинки. Разложите их, пожалуйста, по порядку». Выполняя это задание, игроки восстанавливают ход событий и, одновременно с этим, пересказывая сказку, вспоминают наиболее запомнившиеся моменты.

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.

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.

Приложения

Анкета №1 (Для проведения стартовой и финальной диагностики)

Умеете ли Вы:

1. работать с информацией, а именно:

- находить;
- воспринимать;
- понимать;
- создавать;
- сохранять;
- передавать;

2.общаться на основе невербальных форм коммуникации с помощью технических средств;

3. формировать и обосновывать альтернативные взгляды на информацию.

Из своего личного опыта приведите примеры, указывающие на то, какие медиаумения, в какой ситуации, где Вы применили?

Анкета №2 (Для проведения рефлексии)

Что дало Вам занятие курсом?

1. Воспитание хорошего эстетического восприятия, вкуса, оценки эстетических

качеств кинопродукции, понимания медиатекстов, пропаганда шедевров медиакультуры.

2. Развитие критического мышления, критической автономии личности по отношению к медиа.
3. Защита от вредного влияния медиа (к примеру, от воздействия сцен насилия на экране, от пропаганды дурного вкуса, от произведений низкого художественного качества и т.д.)
4. Обучение практическим умениям работы с медиатехникой.
5. Развитие способностей к анализу кинопродукции в широком социокультурном контексте с учётом таких понятий, как «источник информации», «категория медиа» (вид, жанр медиа), «технология медиа», «язык медиа», «аудитория медиа».
6. Развитие коммуникативных способностей.
7. Развитие умений самовыражаться с помощью медиа.

Рекомендуемая литература:

1. *Чельшьева Ирина Викториновна, кандидат педагогических наук, доцент, «Основы медиаобразования и медиакомпетентности» - программа курсов повышения квалификации для учителей и преподавателей высших учебных заведений.*
2. Фёдоров А.В. Медиаобразование и медиаграмотность. М.: Директ-Медиа, 2013. 343 с.
3. Фёдоров А.В. Медиаобразование педагогов. М.: Директ-Медиа, 2013. 315 с.
4. Фёдоров А.В. Трудно быть молодым: кино и школа. М.: Директ-Медиа, 2013. 111 с.
5. Программа учебного спецкурса «Основы медиакомпетентности» автор программы - д.п.н., профессор А.В.Федоров