

ГОСУДАРСТВЕННЫЙ КОМИТЕТ СВЯЗИ,
ИНФОРМАТИЗАЦИИ И ТЕЛЕКОММУНИКАЦИОННЫХ
ТЕХНОЛОГИЙ РЕСПУБЛИКИ УЗБЕКИСТАН

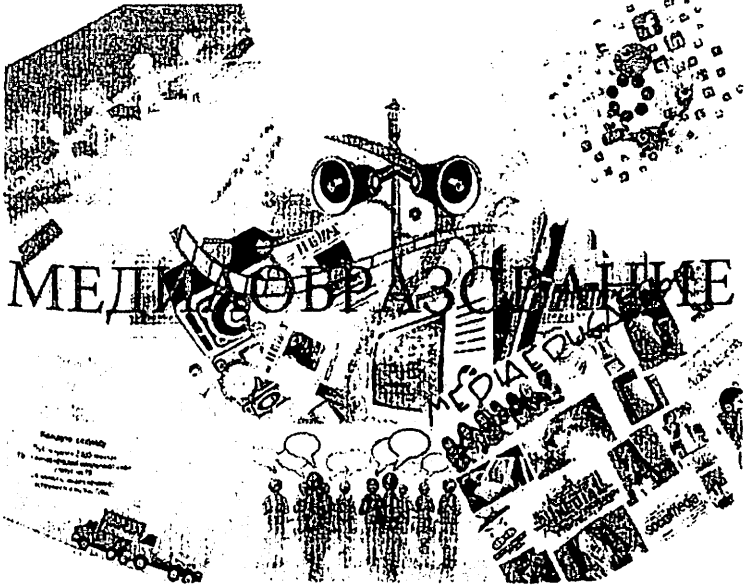
Ташкентский Университет информационных технологий

Факультет «Телевизионные технологии»
Кафедра: «Аудиовизуальные технологии»
Дисциплина: «Масс медиа коммуникации»

Бекназарова Саида Сафибуллаевна

«МЕДИАОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЕ
ТЕХНОЛОГИИ В УНИВЕРСИТЕТЕ»

*Методическое пособие
для студентов вузов*



Ташкент 2014

университете” было разработано в Ташкентском университете информационных технологий.

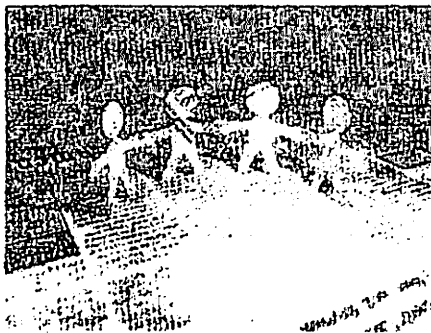
Составитель: Бекназарова С.С.– ассистент кафедры «Аудиовизуальные технологии», Ташкентского университета информационных технологий

Рецензенты: Мигранова Э.А.- Кандидат технических наук, зав. каф. АТТ, доц.
Мирзаев Н. - Кандидат технических наук, старший научный сотрудник центра “Разработки программных продуктов и аппаратно- программных комплексов” доц.

Содержание

		Стр.
Лекция 1	Модели медиаобразования: образовательно - информационные воспитательно-этические, практико-утилитарные	5
Лекция 2	Модели медиаобразования: эстетические, развивающего обучения.	13
Лекция 3	Классификация показателей профессиональных знаний и умений, необходимых педагогам для медиаобразовательной деятельности	19
Лекция 4	Основы медиаобразовательных технологий	23
Лекция 5	Технологии проведения «программно-имитационных» медиаобразовательных занятий	32
Лекция 6	Технологии проведения «программно-имитационных» медиаобразовательных занятий	41
Лекция 7	Основные технологические принципы организации дистанционного образования в учебных заведениях различного типа	47
Лекция 8	Связь дистанционного и интернет-образования образования с медиаобразованием	51
Лекция 9	Технология проведения «графическо-имитационных» медиаобразовательных занятий	56
Лекция 10	Технология проведения интегрированных медиаобразовательных занятий	61
Лекция 11	Технология проведения «театрализованно-ситуативных» медиаобразовательных занятий	66
Лекция 12	Технология проведения медиаобразовательных занятий, рассчитанных на развитие способностей аудитории к восприятию и анализу медиатекстов	70
Лекция 13	Технология проведения медиаобразовательных занятий, рассчитанных на развитие способностей аудитории к восприятию и анализу медиатекстов	73
Лекция 14	Технология организации дискуссионных медиаклубов	76
Лекция 15	Технология организации медиатек и медиацентров	81
Лекция 16	Технология организации медиатек и медиацентров.	86
Лекция 17	Основные технологические принципы медиаобразования в зарубежных странах	91
Лекция 18	Основные технологические принципы медиаобразования в зарубежных странах	97
	Краткий словарь терминов медиаобразования	103

*«Чтобы быть по-настоящему грамотным,
Вы должны быть грамотными в мире медиа»
(Маршалл Маклюэн)*



ЛЕКЦИЯ 1. МОДЕЛИ МЕДИАОБРАЗОВАНИЯ: ОБРАЗОВАТЕЛЬНО-ИНФОРМАЦИОННЫЕ ВОСПИТАТЕЛЬНО-ЭТИЧЕСКИЕ ПРАКТИКО-УТИЛИТАРНЫЕ

План:

1. Понятие «медиакультура» (культура средств массовой коммуникации)
2. Термин «медиа» (от латинского “media” – средство) и его употребление
3. Практико-утилитарные (изучение различных медиасредств с целью последующих фото/видеосъемок, создания интернетных сайтов и т.д.)

1. Понятие «медиакультура» (культура средств массовой коммуникации)

Массовая коммуникация – систематическое распространение сообщений среди численно больших аудиторий с целью воздействия на оценки, мнения и поведения людей. Массовая коммуникация – исторически сложившийся и развивающийся во времени, технически-опосредованный процесс создания, хранения, распространения, восприятия информации и обмена ею между социальными субъектом (коммуникатором) и объектом (коммуникантом). Распространение информации осуществляется при помощи специальных средств: ТВ, радио, печать, кино, Интернет и пр., в результате чего сообщение попадает сразу к большим группам людей. Медиакультура – совокупность информационных и коммуникационных средств, материальных и интеллектуальных ценностей, которые способствуют социализации личности. Информационное общество – концепция постиндустриального общества; новая историческая фаза развития цивилизации, в которой главными продуктами производства являются информация и знания. Отличительными чертами информационного общества являются: - увеличение роли информации и знаний в жизни общества; - возрастание доли информационных коммуникаций, продуктов и услуг в валовом внутреннем продукте; - создание глобального информационного пространства, обеспечивающего (а) эффективное информационное взаимодействие людей, (б) их доступ к мировым информационным ресурсам и (в) удовлетворение их потребностей в информационных продуктах и услугах. Термин «медиакультура» (media cultur) введен для обозначения особого типа культуры информационного общества. В современном понимании медиакультура объединяет в себе все виды печатных, аудиальных, визуальных и аудиовизуальных средств массовой коммуникации. Медиакультура — область культуры, связанная с трансляцией динамических образов, получивших широкое распространение с помощью современных технических способов записи и передачи изображения и звука (кино, телевидение, видео, системы мультимедиа). Специфика медиакультуры определяется ее семиотической природой и техническими возможностями средств ее реализации: высокая информационная емкость, легкость и

убедительность чувственного (образного) восприятия, доминирование продуктивных возможностей над репродуктивными, скорость и широта трансляции и тиражирования, массовость и доступность формируют социокультурные функции медиакультуры. Медиакультура — это совокупность информационно-коммуникативных средств, выработанных человечеством в ходе культурно-исторического развития, способствующих формированию общественного сознания и социализации личности. Все виды медиа (аудиальные, печатные, визуальные, аудиовизуальные) включают в себя культуру передачи информации и культуру ее восприятия; медиакультура может выступать и системой уровней развития личности, способной «читать», анализировать и оценивать медиатекст, заниматься медиаторчеством, усваивать новые знания посредством медиа и т. д. При этом следует иметь в виду, что развитие медиакультуры — процесс исторически обусловленный, закономерный с точки зрения теории эволюции. Без диалога не может быть согласия, не может быть успешного развития государства. В условиях политической, социокультурной, экономической модернизации потребность в диалоге становится особенно значимой. Без него все реформы обречены на провал. Люди должны иметь как можно более полную и объективную информацию о действиях и намерениях власти, возможность высказывать свое мнение по поводу директивных решений и вносить свои предложения; власти тоже жизненно необходимо поддерживать постоянный контакт с обществом, разъяснять суть проводимой политики, узнавать о реакции граждан и т. д. Ведущая роль в успешном осуществлении такого диалога принадлежит масс-медиа, которые выступают в данном случае посредником между обществом и властью. Именно они генерируют и направляют основные потоки информации. Именно они способны наиболее эффективно удовлетворять информационные потребности граждан, согласовывать интересы личности, общества и государства. Но успех такого диалога возможен только при условии готовности к нему каждой из сторон. Вот почему сегодня на первый план выходит как медиакультура общества, так и медиакультура каждой отдельной личности. Масс-медиа оказывают решающее воздействие на все этапы социализации современного человека. Но если политики и предприниматели очень чутко отреагировали на тотальную власть СМИ над обществом и прибрали к рукам наиболее влиятельные из них, то деятели социально-культурной сферы пока остаются в стороне. А между тем СМИ все агрессивнее участвуют в формировании мировоззрения людей, их культурного, политического и нравственного облика. И с силой этой необходимо считаться.

2. Термин «медиа» (от латинского “media” – средство) и его употребление

Термин “медиа” происходит от латинского “media” (средство) и в современном мире повсеместно употребляется как аналог термина СМК - средства массовой коммуникации (печать, фотография, радио, кинематограф, телевидение, видео, мультимедийные компьютерные системы, включая

Интернет). При этом в формулировках "медиа", принятых в разных странах, как правило, нет разночтений. Они отличаются только стилистически. Вместе с тем, как и в педагогической науке в целом, так и в медиаобразовании не существует единой, принятой во всех странах мира терминологии. Как правило, не только национальные научные школы, но и отдельные ученые разных стран предлагают свои варианты формулировок таких ключевых понятий, как "медиаобразование", "медиакультура", "медиаграмотность" и т.д. К примеру, в документах ЮНЕСКО медиаобразование (media education) понимается как "обучение теории и практическим умениям для овладения современными средствами массовой коммуникации, рассматриваемыми как часть специфической и автономной области в педагогической теории и практике; его следует отличать от использования СМК как вспомогательных средств в преподавании других областей знаний, таких, как, например, математика, физика или география". Лидеры британской системы медиаобразования К.Базэлгэт и Э.Харт убеждены, что суть медиаобразования в изучении шести так называемых ключевых понятий: "источник медиаинформации" ("media agencies"), "категории медиа" ("media categories"), "технологии медиа" ("media technologies"), "медиаязыки" ("media languages"), "аудитория медиа" ("media audiences"), "репрезентации медиа" ("media representations").

3. Практико-утилитарные (изучение различных медиасредств с целью последующих фото/видеосъемок, создания интернетных сайтов и т.д.)

Во многих англоязычных странах термин "медиаобразование" заменяется аналогом - "медиаграмотность" ("media literacy"). Однако этот термин, как правило, не употребляется во франкофонных ("l'education aux medias" - медиаобразование), испаноязычных ("education para los medios" - медиаобразование) или германоязычных ("medienpadagogic" - медиапедагогика) государствах.

Впрочем, несмотря на эти разночтения, можно смело утверждать, что самое сильное влияние на формирование западной терминологии, теории и методики медиаобразования, оказал британский ученый Л.Мастерман, считающий, что цель медиаобразования заключается не только в воспитании критического мышления, но и "критической автономии». Главное в медиаграмотности широкий спектр информирования в гражданской, социальной, потребительской областях, в отношении эстетического восприятия и творчества". Похожую трактовку медиаобразованию дает и другой американский педагог и исследователь - Р.Кьюби. Он видит его цель в том, чтобы "дать учащимся понимание того, как и почему медиа отражает общество и людей", но в еще большей степени, чтобы "развивать аналитические способности и критическое мышление по отношению к медиа", плюс изучение языка средств массовой коммуникации.

Что касается понятия "медиаграмотность", то оно ведет свое начало от терминов "критическое видение" и "визуальная грамотность", которые использовались по отношению к экранным медиа в прошлые десятилетия. В

научной литературе встречаются также такие термины, как "технологическая грамотность", "информационная грамотность", "компьютерная грамотность" и т.д. Д.Консидайн подчеркивает, что в настоящее время в США используются оба термина: "медиаобразование" ("media education") и "медиаграмотность" ("media literacy"). Однако, по мнению исследователя, второй термин больше известен широкой публике. В этом случае, под медиаобразованием иногда понимают получение учащимися знаний о медиа. Впрочем, Л.Мастерман, К.Ворсноп, А.В.Шариков, А.В.Спичкин, многие другие ученые и преподаватели считают, что медиаграмотность - это часть более широкого и емкого понятия - медиаобразования. Эта тенденция находит сегодня все больше сторонников, хотя многие медиапедагоги практически ставят знак равенства между двумя этими терминами. Анализ научной литературы (О.А.Баранов, К.Бээлгэт, И.В. Вайсфельд, К.Ворсноп, Л.С.Зазнобина, И.С.Левшина, Л.Мастерман, С.Н.Пензин, Г.А.Поличко, А.В.Спичкин, К.Тайнер, Ю.Н.Усов, А.В.Шариков, Э.Харт и др.) показывает, что за последние десятилетия сложилась определенная система основных терминов, которыми оперирует медиаобразование:

- "адресат медиаобразования" ("the addressee of media education") - слушатель, студент, учитель, преподаватель, работник медиасферы (медиаэки, учебного телевидения и т.д.);

- "ассоциация" ("connotation") - процесс, при котором возникает смысловая связь между образами и представлениями медиатекста; - "аудиовизуальное мышление" ("audiovisual thinking"): творческая деятельность, основанная на эмоционально-смысловом соотнесении и образных обобщениях частей экранного текста;

- "жанр" ("genre") - группа медиатекстов, выделенных на основе сходных черт их внутреннего строения (трагедия, комедия, драма, мелодрама, интервью, репортаж и т.д.);

- "задачи медиаобразования" ("tasks of media education") - обучить грамотно "читать" медиатекст; развить способности к восприятию и аргументированной оценке информации, развивать самостоятельность суждений, критического мышления, предпочтений, эстетического вкуса; интегрировать знания и умения, получаемые на различных учебных занятиях, в процессе восприятия, анализа и творческой деятельности;

- "зум" ("zoom") - переменный фокус, создающий видимость приближения или удаления от объекта съемки;

- "кадр" ("shot") - основная единица структуры экранного произведения, один длящийся кусок аудиовизуального текста, начинающийся и заканчивающийся стыком с другим куском; "установочный кадр" ("establishing shot"); "кадр общего плана" ("long shot"), "кадр среднего плана" ("medium shot")

- "кинообразование" ("film education") - процесс образования и развития личности средствами и на материале киноискусства с целью формирования культуры общения с экраном, творческих, коммуникативных способностей, умений интерпретации, анализа и оценки кинотекста. обучения различным

формам самовыражения при помощи кинотехники. Содержание кинообразования: основы киноведения (виды и жанры киноискусства, функции кинематографа в социуме, киноязык, история киноискусства и т.д.), сведения об основных областях применения теоретических знаний (профессиональный и любительский кинематограф, киноvideoproкат, киноclubное движение, телевидение, учреждения досуга, образовательные учреждения и т.д.), практические творческие задания на материале киноискусства.

- "кинотекст" ("film text", "film construct") - сообщение, содержащее информацию и изложенное в любом виде и жанре кинематографа (игровой, документальный, анимационный, учебный, научно-популярный фильм);
 - "ключевые понятия медиаобразования" ("key concepts of media education") - "восприятие", "художественно-творческая деятельность", "воспроизведение", "интерпретация", "анализ", "оценка", "источник информации", "освоение информации", "категория медиатекста", "язык медиатекста", "технология", "аудитория".

- "код" ("code") - результат приведения в систему неких условных понятий, чтобы знакомая с "кодом" аудитория могла опираться на него при восприятии, интерпретации и анализе медиатекста (например, марка студии, эмблема и пр.);

- "коллаж" ("collage") - использование разнотипных объектов и фактур в одном медиатексте;

- "критическая автономия" ("critical autonomy") - сформированная на базе критического мышления независимость суждений и анализа медиатекста;

- "критическое мышление" ("critical thinking") - аналитический процесс, основанный на развитом "аудиовизуальном восприятии" и "аудиовизуальном мышлении". Данный процесс приводит к интерпретации и оценке смысла (в том числе и "зашифрованного") медиатекста;

- "купирование" ("crop") - усечение аудиовизуального образа медиатекста;

- "медиа" ("media"): - "средства массовой коммуникации" - технические средства создания, записи, копирования, тиражирования, хранения, распространения, восприятия информации и обмена ее между субъектом (автором медиатекста) и объектом (массовой аудиторией);

- "медиавоздействие" ("effects", "media effects") - воздействие медиатекстов на аудиторию: в сфере воспитания и образования, развития сознания, формирования поведения, взглядов, реакций, откликов, распространения информации и т.д.;

- "медиавосприятие" ("mediation"): восприятие "медиареальности", чувств и мыслей авторов экранных произведений (текстов);
 - "медиаграмотность" ("media literacy") - умение анализировать и синтезировать пространственно-временную реальность, умение "читать" медиатекст;

- "медиаискусства" ("media arts") - искусства, основанные на медиаформе (то есть форме средств массовой коммуникации) воспроизведения действительности (средствами печати, фотографии, радио, грамзаписи, киноискусства, художественного телевидения, видеоарта, компьютерной графики и т.д.);

- "медиакультура" ("media culture") - совокупность материальных и интеллектуальных ценностей в области медиа, а также исторически определенная система их воспроизводства и функционирования в социуме; по отношению к аудитории "медиакультура" или "аудиовизуальная культура" может выступать системой уровней развития личности человека, способного воспринимать, анализировать, оценивать медиатекст, заниматься медиаторчеством, усваивать новые знания в области медиа;

- "медиаобразование" ("media education") - процесс образования и развития личности с помощью и на материале средств массовой коммуникации (медиа) с целью формирования культуры общения с медиа, творческих, коммуникативных способностей, критического мышления, умений интерпретации, анализа и оценки медиатекста, обучения различным формам самовыражения при помощи медиатехники. Содержание медиаобразования: основы искусствоведения в медиасфере (виды и жанры медиа, функции медиа в социуме, язык медиа, история медиакультуры и т.д.), сведения об основных областях применения теоретических знаний (профессиональные средства массовой информации, любительская медиасфера, каналы распространения медиа, кинолюбные движения в медиасфере, учреждения досуга, образовательные учреждения и т.д.), практические творческие задания на медиаматериале.

- "медиатекст" ("media text", "media construct") - сообщение, содержащее информацию и изложенное в любом виде и жанре медиа (газетная статья, телепередача, видеоклип, фильм и пр.);

- "методика медиаобразования" ("methodology of media education") - процесс обучения основам медиакультуры в плане содержания данного образования и деятельности педагога и ученика, с учетом, вариативности, импровизации, диалогической формы преподавания и учения и требований к составляющим образовательного процесса;

- "методы медиаобразования" ("methods of media education"): способы работы педагога и ученика, при помощи которого достигаются цели медиаобразования. Типичные методы: словесные (рассказ, лекция, беседа, взаимообогащающий диалог, обсуждение, анализ, дискуссия и т.д.); наглядные (просмотр аудиовизуального материала), репродуктивные, исследовательские, эвристические, проблемные, игровые (моделирование художественно-творческой деятельности создателей медиатекста, импровизация и т.д.); Данные методы основаны на следующих дидактических принципах: социокультурное развитие творческой личности в процессе обучения, научность, систематичность и доступность обучения, связь теории с практикой, наглядность, активность аудитории, переход от обучения к самообразованию, связь обучения с окружающей

действительностью, положительный эмоциональный фон, учет индивидуальных особенностей учащихся.

- "монтаж" ("montage", "cutting", "cut") - процесс создания экранного произведения путем "сборки", "склеивания" единого целого из отдельно взятых кадров;

- "монтажная запись" ("cutting recording"). - последовательная покадровая запись содержания медиа/кинотекста, включая номер кадра, крупность плана, движение камеры, содержание кадра - аудиовизуальный ряд, спецэффекты и т.д.;

- "монтажная фраза" ("cutting phrase") - последовательность кадров, объединенных общим смыслом;
 - "обозначение" ("denotation") - процесс, когда те или иные значения задаются медиатекстом;

- "план" ("frame") - масштаб изображения (общий, средний, крупный, деталь); "установочный план" - "крупный план" - "close-up";
 - "предмет медиаобразования" ("subject of media education") - взаимодействие человека с медиа, медиаязык и его использование в социуме, медиа и его функционирование в социуме, система знаний и умений, необходимых человеку для полноценного восприятия и анализа медиатекстов, для социокультурного развития творческой личности;

- "ракурс" ("angle") - угол съемки, угол "зрения" камеры по отношению к изображаемому объекту;

- "раскадровка" ("storyboard") - покадровое планирование экранного медиатекста на предварительной стадии его создания;

- "ритм" (rhythm) - одно из средств формообразования в медиатексте, основанное на закономерной повторяемости в пространстве или во времени неких элементов через соизмеримые интервалы;

- "символ" ("symbol"); - условный знак, обозначающий иной смысл, образ предмета, который имеет несколько значений;

- "смысловые части (единицы) медиатекста" ("parts of media text's meaning") - события, сцены, эпизоды, кадры, элементы композиции, создающие единый медиатекст;

- "средства массовой информации" ("means of mass information") - технические средства создания, записи, копирования, тиражирования, хранения и распространения информации для массовой аудитории;

- "средства массовой коммуникации" ("means of mass communication") - технические средства создания, записи, копирования, тиражирования, хранения, распространения, восприятия информации и обмена ее между субъектом (коммуникантом) и объектом (коммуникатором);

- "сцена" ("scene"). - часть медиатекста, ограниченная местом действия;

- "сценарий" ("film script", "scenario") - литературная основа медиатекста;

- "сюжет" ("subject"; "topic") - содержание действия, "осмысленная фабула" медиатекста;

- "тема" ("theme") - жизненный материал медиатекста;
 - "условность медиатекста" ("convention") - элементы кода, общепринятый способ извещения о специфическом значении той или иной части медиатекста;

- "фабула" ("plot", "story") - цепь событий в сюжете медиатекста;

- "формы медиаобразования" ("forms of media education"): интеграция в традиционный учебный предмет, автономные уроки, лекции, семинары, факультативы, кружки, медиа/киностудии, медиа/киноклубы, обязательный предмет в специализированных учебных заведениях, спецкурсы;

- "экранные (аудиовизуальные) искусства" ("screen (audiovisual) arts") - искусства, основанные на экранной форме воспроизведения (киноискусство, художественное телевидение, видеоарт, компьютерная графика и т.д.) действительности;

- "экранный образ" ("screen image") - материализация авторского замысла в конкретной аудиовизуальной, пространственно-временной форме экранного повествования;

- "эпизод" ("episode") - часть медиатекста, состоящая из одной или нескольких сцен, которые объединены общей темой, общим конфликтом;

- "язык медиа" ("discourse", "media language") - комплекс средств и приемов экранной выразительности.

Список использованной литературы

1. Пензин С.Н. Кино и эстетическое воспитание: методологические проблемы. - Воронеж: Изд-во Воронеж. ун-та, 1987. - 176 с.
2. Спичкин А.В. Что такое медиаобразование. - Курган: Изд-во Ин-та повышения квалификации и переподготовки работников образования, 1999. 114 с.
3. Усов Ю.Н. Медиаобразование в России (на материале экранных искусств). Доклад на российско-британском семинаре по медиаобразованию. - М., 1995. - 18 с.
4. Федоров А.В. Терминология медиаобразования//Искусство и образование. - 2000. - № 2. - С. 33-38.
 Шариков А.В. Медиаобразование: мировой и отечественный опыт. - М.: Изд-во Академии педагогических наук, 1990. - 66 с.
5. Considine, D. (1999). Media Education in United States of America. In: Educating for Media and the Digital Age. Country Reports. Austrian Federal Ministry of Education and Cultural Affairs & UNESCO, 125-128.

ЛЕКЦИЯ № 2. МОДЕЛИ МЕДИАОБРАЗОВАНИЯ: ЭСТЕТИЧЕСКИЕ, РАЗВИВАЮЩЕГО ОБУЧЕНИЯ

План:

1. Медiateкст – произведение информационного или художественного характера, созданное для трансляции средствами массовой коммуникации (статья, фильм, радио/телепередача и т.д.)
2. Проблема восприятия медiateкста
3. Медиаобразование – пространство инновационных технологий

1. Медiateкст – произведение информационного или художественного характера, созданное для трансляции средствами массовой коммуникации (статья, фильм, радио/телепередача и т.д.)

Одним из признаков глобального информационного общества является возрастание роли информации. Наиболее сильное влияние этот фактор оказывает на детей. Гигантские объемы информации, поступающей из различных каналов СМИ, «обрушиваются» на не подготовленных к ее восприятию детей. Возрастающий поток информации заставляет менять модель образования, побуждая педагогов разрабатывать новые подходы и методологии.

Рост объемов информации, глобальный характер процесса информатизации, динамичное развитие информационно-коммуникационных технологий и новых медиа выдвинули на первый план необходимость специальной информационной подготовки и медиаобразования всех членов общества, всех граждан. Однако особо актуальной эта проблема является для подрастающего поколения. Идея интеграции медиа- и информационной грамотности весьма привлекательна и интересна, но возникает вопрос: как это сделать на практике? Чтобы получить ответ на этот вопрос, мы провели специальное исследование.

Понятие «медиаобразование» неразрывно связано с понятиями «медиаграмотность» и «медiateкст». Медиаграмотность (англ. media literacy) – это умение использовать, оценивать, критически анализировать, создавать и передавать сообщения (медiateксты) в различных формах с помощью медиасредств для формирования критического мышления человека.

Ключевым понятием при формировании медиаграмотности является медiateкст. Мы считаем, что медiateкст – это креолизованный текст, предназначенный для массовой аудитории. Он состоит из двух разнородных частей: вербальной (языковой/речевой) и невербальной, то есть принадлежащей к другим знаковым системам, нежели естественный язык. Медiateкст может быть размещен на разных носителях информации (бумага, фото, видео, кино и т.п.). Медiateкст обладает актуальным для общества содержанием.

Понятие «информационная подготовка» не имеет четкого определения и представляет собой словосочетание, включающее широкий спектр знаний и умений человека по работе с информацией и техническими средствами. В

англоязычной терминологии информационная подготовка традиционно связывается с таким понятием как «информационная грамотность», под которой понимается «способность идентифицировать потребность в информации, навыки по эффективному нахождению, оценке и использованию информации».

Становление индустриального общества потребовало уделять большое внимание библиотечно-библиографической грамотности. Она направлена на реализацию возможности каждого человека учиться, используя для этого библиотеку. Необходимость обеспечить продуктивную работу читателей с источниками информации, прежде всего с книгами, привело к появлению нового понятия – культура чтения. Стремительное развитие компьютерных технологий обусловило появление такого понятия как «компьютерная грамотность». Наконец, развитие Интернета, сетевых ресурсов, средств коммуникации породило потребность в новом виде грамотности - ИКТ-грамотности.

В основе формирования информационной культуры личности лежит обучение навыкам работы и анализа разных видов информации, в том числе, традиционных и электронных текстов. В медиаобразовании основное внимание уделяется анализу медиатекста. Идея интеграции медиа и информационной грамотности, на наш взгляд, может быть успешно реализована за счет включения медиаграмотности в структуру информационной культуры личности. Медиаграмотность неразрывно связана с медиатекстом и не может формироваться вне связи с ним. Поэтому изучение медиатекста как одного из важнейших современных источников информации позволяет обогатить курс «Основы информационной культуры личности».

Под медиакомпонентом мы понимаем совокупность следующих элементов:

- ✓ медиатекст как информационный ресурс, отражающий многообразие современных видов информации;
- ✓ алгоритм поиска медиатекстов, включающий последовательность действий по эффективному и быстрому нахождению медиаинформации;
- ✓ методика критического анализа медиатекста, позволяющая сформировать критическую оценку и критическое отношение к медиатексту;
- ✓ технология создания собственных медиапродуктов.

2. Проблема восприятия текста - одна из наиболее актуальных в современной лингвистике. Это связано, в первую очередь, со стремительным развитием информационных технологий, которое привело к изменению структуры информационного пространства, превращению его в гипермедиальное. Одним из признаков нового вида пространства является наполненность его различного рода медиатекстами. Рассматривая термин «медиатекст», как «нового коммуникационного продукта», который может быть включен в разные медийные структуры вербального, визуального,

звучащего, мультимедийного планов, а также в разные медийные обстоятельства: газеты и журналы, радио и телевидение, Интернет и мобильная связь и т. п. Большой интерес вызывают механизмы возникновения стратегий понимания текстов, необходимых для того, чтобы успешно и эффективно существовать в подобном информационном поле.

Как известно, рубеж XX – XXI веков характеризуется появлением нового типа культуры, гипермедиальной, основным принципом которой является интертекст. В последнее время художественная литература приобретает все больше черт нелинейности (появление гиперлитературы, опубликование классических произведений в Сети). Таким образом, изменяется сама структура информационного пространства, в котором существует современный человек, появляются новые черты (нелинейность, неоднородность, интерактивность). В связи с этим, большой интерес вызывает изучение стратегий восприятия текстов читателем. Изучение особенностей восприятия текста может производиться на базе изучения фанфик-текстов как отражений читательских проекций текста. Типология фанфиков обширна, подобные тексты разделяются на: Общие («джен», от «general audience») жанры, – термин восходит к системе рейтинговых пометок, принятых в отношении кино, где любовная линия отсутствует, или малозначима:

- экшн (action) – фанфики с динамичным сюжетом, много действий, мало загадок и отношений героев;
- юмор (humour) – юмористический фанфик;
- пародия (parody) – пародия на оригинальное произведение;
- дарк (dark, darkfic) – рассказ с большим количеством смертей и жестокостей. Одна из разновидностей – deathfic – фанфик, в котором один или несколько героев умирают;
- POV (Point Of View) – точка зрения, повествование от первого лица одного из героев.

Любовные жанры:

- романтика (romance) – фанфик о нежных и романтических отношениях, имеющий, как правило, счастливый конец;
- драма (drama) – романтическая история с печальным финалом;
- ангст (angst) – сильные переживания, физические, но чаще духовные страдания персонажа, присутствуют депрессивные мотивы и драматические события;
- флафф (fluff) – тёплые, ничем не омраченные отношения между персонажами;
- hurt/comfort – фанфик, в котором один персонаж, так или иначе, страдает, а другой приходит ему или ей на помощь;
- Established Relationship (ER) – установившиеся отношения между героями.

Приведенная типология служит чисто практической цели, позволяя читателям выбрать интересующий вид фанфика среди их бесчисленного

количества, буквально выбрать ход развития событий, происходящих с известными персонажами.

3. Медиаобразование – пространство инновационных технологий

Термин "медиа" происходит от латинского "media" (средство) и в современном мире повсеместно употребляется как аналог термина СМК - средства массовой коммуникации (печать, фотография, радио, кинематограф, телевидение, видео, мультимедийные компьютерные системы, включая Интернет). При этом в формулировках "медиа", принятых в разных странах, как правило, нет разночтений. Они отличаются только стилистически.

Средства массовой коммуникации (СМК) - технические средства создания, записи, копирования, тиражирования, хранения, распространения, восприятия информации и обмена ею между агентством (источником информации) и массовой аудиторией.

СМИ – технические средства создания, записи, копирования, тиражирования, хранения, и распространения информации для массовой аудитории.

Масс-медиа – средства массовой информации.

Функции масс-медиа:

- информационная;
- воспитательная;
- образовательная;
- социально-управленческая;
- рекреативная;
- релаксационная;
- компенсаторная;
- эстетическая.

«Медиаобразование – это обучение теории и практическим умениям для овладения современными средствами массовой коммуникации, рассматриваемыми как часть специфической и автономной области знаний в педагогической теории и практике» (ЮНЕСКО)

«Медиаобразование – процесс образования и развития личности с помощью и на материале средств массовой коммуникации (медиа) с целью формирования культуры общения с медиа, творческих, коммуникативных способностей, критического мышления, умений интерпретации, анализа и оценки медиатекстов, обучения различным формам самовыражения при помощи медиатехники». (А.В. Федоров)

Основные задачи медиаобразования:

- подготовить новое поколение к жизни в современных информационных условиях, к восприятию различной информации;
- научить человека понимать медиаинформацию, осознавать последствия ее воздействия на психику;
- овладевать способами общения на основе невербальных форм коммуникации с помощью технических средств.

Медиаобразование дает возможность:

- использовать необходимую информацию, анализировать ее, идентифицировать экономические, политические, социальные и/или культурные интересы, которые с ней связаны;

- интерпретировать и создавать сообщения, выбирать наиболее подходящие для коммуникации медиа;

- осуществлять право на свободу самовыражения и информации, что не только способствует личному развитию, но также увеличивает социальное участие и интерактивность. Готовит к демократическому гражданству и политическому пониманию.

Ключевые понятия медиаобразования:

- «медiateкст»;
- «агентство медиа» («источник информации»);
- «категория медiateкста»;
- «язык медiateкста»;
- «технология медиа»;
- «категория медиа»;
- «аудитория медиа».

Медiateкст - конкретный результат медиапродукции, сообщение, содержащее информацию и изложенное в любом виде и жанре медиа (газетная статья, телепередача, видеоклип, фильм и пр.).

Агентство медиа - организации, группы лиц (авторы, продюсеры, менеджеры и др.), работающие на телеканале, в издательстве, редакции, киностудии и т.д. и комплекс технических средств, создающих и распространяющих медiateксты, предназначенные для массовой аудитории.

Категория медиа - различные виды (печать, телевидение, кинематограф и др.), формы (рекламные, документальные, образовательные и т.д.) и жанры (статья, интервью, репортаж, драма, комедия и др.) медiateкстов.

Аудитория (адресат) медиаобразования – группы людей, на которые рассчитан медiateкст (студенты, учителя, преподаватели, работники медиасферы - медиатеки, учебного телевидения и т.д.).

Технология медиа - аппаратура, инструменты и материалы, необходимые для производства медiateкстов; способы создания медiateкстов (в плане использования конкретных технических средств, композиции, жанра и т.д.).

Медиязык - комплекс средств и приемов выразительности, используемых при создании конкретных медiateкстов.

Репрезентация медиа - процесс отражения (репрезентации) жизни человеческого социума (людей, событий, идей и т.д.) в медiateксте.

Список использованной литературы

1. Пензин С.Н. Кино и эстетическое воспитание: методологические проблемы. - Воронеж: Изд-во Воронеж. ун-та, 1987. - 176 с.
2. Спичкин А.В. Что такое медиаобразование. - Курган: Изд-во Ин-та повышения квалификации и переподготовки работников образования, 1999. 114 с.
3. Усов Ю.Н. Медиаобразование в России (на материале экранных искусств). Доклад на российско-британском семинаре по медиаобразованию. - М., 1995. - 18 с.
4. Федоров А.В. Терминология медиаобразования//Искусство и образование. - 2000. - № 2. - С. 33-38.
5. Шариков А.В. Медиаобразование: мировой и отечественный опыт. - М.: Изд-во Академии педагогических наук, 1990. - 66 с.
6. Considine, D. (1999). Media Education in United States of America. In: Educating for Media and the Digital Age. Country Reports. Austrian Federal Ministry of Education and Cultural Affairs & UNESCO, 125-128.
7. Kubey, R. (1998). Obstacles to the Development of Media Education in the United States. *Journal of Communication* (Winter), 58-69.
8. Kubey, R. (Ed.) (1997). *Media Literacy in the Information Age*. New Brunswick (U.S.A.) and London (U.K.). 484 p.
9. Masterman L. (1988). *Teaching the Media*. London. Comedia Press. Media Education (1984). P.UNESCO, 211 p.

ЛЕКЦИЯ №3. КЛАССИФИКАЦИЯ ПОКАЗАТЕЛЕЙ ПРОФЕССИОНАЛЬНЫХ ЗНАНИЙ И УМЕНИЙ, НЕОБХОДИМЫХ ПЕДАГОГАМ ДЛЯ МЕДИАОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

План:

1. Направления медиаобразования
2. Основные теории медиаобразования/медиаграмотности/медиаграмотности
3. Требования к минимально необходимому уровню подготовки учащихся

1. Направления медиаобразования:

- медиаобразование будущих профессионалов в мире прессы, радио, телевидения, кино, видео и Интернета – журналистов, редакторов, режиссеров, продюсеров, актеров, операторов и др.;
- медиаобразование будущих педагогов в университетах и педагогических институтах, в процессе повышения квалификации преподавателей вузов на курсах по медиакультуре;
- медиаобразование как часть общего образования студентов, обучающихся в обычных школах, средних специальных учебных заведениях, вузах, которое, в свою очередь, может быть интегрированным с традиционными дисциплинами или автономным (специальным, факультативным, кружковым и т.д.);
- медиаобразование в учреждениях дополнительного образования и досуговых центрах (домах культуры, центрах самостоятельной деятельности, эстетического и художественного воспитания, в клубах по месту жительства и т.д.);
- дистанционное медиаобразование студентов и взрослых с помощью телевидения, радио, DVD, Интернет;
- самостоятельное непрерывное медиаобразование может осуществляться в течение всей жизни человека.

Медиакомпетентность (медиаграмотность, медиакультура, медиаобразование)

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

Манипулятивное воздействие медиа:

- 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».

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.

Основные теории медиаобразования/ медиаграмотности /медиаграмотности:

1. Теория развития критического мышления/критической автономии/демократического мышления.
2. Культурологическая теория.
3. Социокультурная теория.
4. Семиотическая теория.
5. «Практическая» теория (с опорой на обучение практическим умениям работы с медиатехникой).
6. Эстетическая/художественная теория.
7. Теория «потребления и удовлетворения» (стремлений аудитории).
8. Предохранительная/прививочная/инъекционная/защитная теории.

Классификация моделей медиаобразования:

- образовательно-информационные: изучение теории и истории, языка медиакультуры
- воспитательно-этические: рассмотрение моральных, религиозных, философских проблем на материале медиа
- практико-утилитарные: практическое изучение и применение медиатехники
- эстетические: ориентированные прежде всего на развитие художественного вкуса и анализ лучших произведений медиакультуры
- социокультурные: развитие творческой личности в плане восприятия, воображения, зрительной памяти, интерпретации, анализа, самостоятельного, критического мышления по отношению к медиатекстам любых видов и жанров и т.д.)

Методика медиаобразования

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

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).

Цели медиаобразования в общем виде формулируются следующим образом:

- обучение восприятию и переработке информации, передаваемой по каналам СМИ (в широком толковании);
- развитие критического мышления, умений понимать скрытый смысл того или иного сообщения, противостоять манипулированию сознанием индивида со стороны СМИ;
- включение дополнительной информации в контекст общего базового образования, в систему формируемых в предметных областях знаний и умений;
- формирование умений находить, готовить, передавать и принимать требуемую информацию, в том числе с использованием различного технического инструментария (компьютеры, модемы, факсы, мультимедиа и др.).

Объекты медиаобразования, интегрированного в гуманитарные и естественно научные дисциплины это:

- учебная информация по той или иной дисциплине (независимо от источника и носителя);
- информация, передаваемая по различным коммуникативным каналам, доступным слушателям;
- технические средства создания, преобразования, накопления, передачи и использования информации.

Требования к минимально необходимому уровню подготовки учащихся

Учащиеся, завершившие начальное общее и общее среднее образования должны:

1. уметь понимать задания в различных формулировках и контекстах;
2. уметь находить требуемую информацию в различных источниках;

3. уметь систематизировать предложенную или самостоятельно подобранную информацию по заданным признакам;
4. уметь длительное время (четверть, учебное полугодие, учебный год или другой отрезок времени) собирать и систематизировать тематическую информацию;
5. уметь визуальную информацию переводить в вербальную знаковую систему;
6. уметь вербальную информацию переводить в визуальную знаковую систему;
7. уметь трансформировать информацию, видоизменять ее объем, форму, знаковую систему, носитель и др., исходя из цели коммуникативного взаимодействия и особенностей аудитории, для которой она предназначена;
8. понимать цели коммуникации, направленность информационного потока;
9. уметь аргументировать собственные высказывания;
10. уметь находить ошибки в получаемой информации и вносить предложения по их исправлению;
11. уметь воспринимать альтернативные точки зрения и высказывать обоснованные аргументы "за" и "против" каждой из них;
12. уметь составлять рецензии и анонсы информационных сообщений;
13. уметь устанавливать ассоциативные и практически целесообразные связи между информационными сообщениями;
14. уметь вычленять главное в информационном сообщении, отчленять его от "белого шума";
15. уметь составлять план информационного сообщения, предлагать форму его изложения адекватную содержанию;
16. уметь извлекать из предложенной информации данные и представлять ее в табличной или другой форме; иметь представление об инструментарию подготовки, передачи и получения информации и первоначальные умения работы с этим инструментариумом.

Список использованной литературы

1. Пензин С.Н. Кино и эстетическое воспитание: методологические проблемы. - Воронеж: Изд-во Воронеж. ун-та, 1987. - 176 с.
2. Спичкин А.В. Что такое медиаобразование. - Курган: Изд-во Ин-та повышения квалификации и переподготовки работников образования, 1999. 114 с.
3. Усов Ю.Н. Медиаобразование в России (на материале экранных искусств). Доклад на российско-британском семинаре по медиаобразованию. - М., 1995. - 18 с.
4. Федоров А.В. Терминология медиаобразования//Искусство и образование. - 2000. - № 2. - С. 33-38.

ЛЕКЦИЯ №4. ОСНОВЫ МЕДИАОБРАЗОВАТЕЛЬНЫХ ТЕХНОЛОГИЙ

План:

1. Виды медиаобразования
2. Основные цели медиаобразования/медиаграмотности
3. Основные теории медиаобразования/медиаграмотности

1. Медиаобразование, медиаграмотность, изучение медиа

Эксперты данной области предлагают три варианта определений понятия медиаобразования (опубликованные в последние годы в авторитетных изданиях), с которыми им следовало согласиться или не согласиться. В итоге оказалось, что подавляющее большинство экспертов (96,15%) высказалось в поддержку первого определения (см. Таб.4.1, 4.2). Очевидно, это определение, разработанное в рамках конференции ЮНЕСКО, показалось экспертам наиболее полным и убедительным.

Таб.4.1. Отношение экспертов к вариантам определений понятия медиаобразования

N	Определения медиаобразования (Media Education):	Число экспертов, в целом согласных с данным определением	Число экспертов, целом несогласных с данным определением
1	<p>«Медиаобразование (<i>media education</i>) связано со всеми видами медиа (печатными и графическими, звуковыми, экранными и т.д.) и различными технологиями; оно дает возможность людям понять, как массовая коммуникация используется в их социумах, овладеть способностями использования медиа в коммуникации с другими людьми; обеспечивает человеку знание того, как: 1) анализировать, критически осмысливать и создавать медиатексты; 2) определять</p>	25 (96,15%)	1 (3,85%)

	<p>источники медиатекстов, их политические, социальные, коммерческие и/или культурные интересы, их контекст;</p> <p>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 продукции.</p> <p>Медиаобразование является частью основных прав каждого гражданина любой страны мира на свободу самовыражения и права на информацию и является инструментом поддержки демократии. ...</p> <p>Медиаобразование рекомендуется к внедрению в национальные учебные планы всех государств, в систему дополнительного, неформального и «пожизненного» образования»</p>		
2	<p>«Медиапедагоги используют сегодня термины «медиаобразование» (media education), «изучение медиа» (media study) и «медиаграмотность» (media literacy) почти взаимозаменяемо. Мое личное предпочтение —</p>	17 (57,69%)	7 (26,92%)

	<p>использование термина «медиаобразование» (<i>media education</i>) как широкого отражения всего, что происходит в медиаориентированной аудитории... «Медиаграмотность (<i>Media literacy</i>) — результат медиаобразования или изучения медиа. Чем больше вы изучаете медиа (с помощью медиа), тем более вы медиаграмотны: медиаграмотность — это способности экспериментирования, интерпретации/анализа и создания медиатекстов».</p>		
3	<p>«<i>Медиаобразование (media education)</i> — это изучение медиа, которое отличается от обучения с помощью медиа. Медиаобразование связано одновременно с познанием того, как создаются и распространяются медиатексты, так и с развитием аналитических способностей для интерпретации и оценки их содержания (тогда как изучение медиа (<i>media studies</i>) обычно связывается с практической работой по созданию медиатекстов). Как медиаобразование (<i>media education</i>), так и изучение медиа (<i>media studies</i>) направлены на достижение целей медиаграмотности (<i>media</i></p>	12 (46,15%)	11(42,31%)

	literacy)».		
--	-------------	--	--

Таб.4.2. Отношение экспертов к вариантам определений понятия медиаграмотности

N	Определения медиаграмотности (Media Literacy):	Число экспертов, в целом согласных с данным определением	Число экспертов, в целом несогласных с данным определением
1	<p><i>«Медиаграмотность» (media literacy) — выступает за то, чтобы человек был активным и медиаграмотным, обладающим развитой способностью к восприятию, созданию, анализу, оценке медиатекстов, к пониманию социокультурного и политического контекста функционирования медиа в современном мире, кодовых и репрезентационных систем, используемых медиа; жизнь такого человека в обществе и мире связана с гражданской ответственностью».</i></p>	17 (57,69%)	6 (23,08%)
2	<p><i>«Медиаграмотность» (media literacy) — движение, ... призванное помочь людям понимать, создавать и оценивать культурную значимость аудиовизуальных и печатных текстов. Медиаграмотный индивидуум, которым должен иметь возможность стать каждый человек.</i></p>	16 (61,54%)	6 (23,08%)

	способен анализировать, оценивать и создавать печатные и электронные медиатексты».		
3	« <i>Медиаграмотность</i> » (<i>media literacy</i>) — способность использовать, анализировать, оценивать и передавать сообщения (messages) в различных формах.	12 (46,15%)	9 (34,61%)

Медиаобразование (media education) включает:

- использование медиа на интегрированной, межпредметной основе учебного плана;
- рассмотрение «медиаемы» в рамках конкретного учебного предмета;
- развитие критического понимания медиа через аналитическую и практическую работу;
- изучение форм, условностей и технологий;
- изучение медиаагентств, их социальных, политических и культурных ролей;
- опыт работы студента с медиа, соотношение его к проблемам собственной жизни;
- исследовательскую деятельность;
- заимствования из аудиовизуальной грамотности, влияние американского языка/искусства.

Изучение медиа (media studies) включает:

- взаимозаменяемое применение медиа;
- теоретическое изучение медиа;
- концептуальную структуру;
- анализ медиатекста и технические методы их создания;
- заимствования из курсов по массовой коммуникации, культурологии и киноведения;
- британское, австралийское и европейское влияние.

Медиаграмотность (media literacy) основывается на следующих результатах изучения медиа (media studies) и медиаобразования (media education):

- пониманию воздействия медиа на личность и общество;
- пониманию процесса массовой коммуникации;
- способности анализировать и обсуждать медиатексты;
- пониманию контекста медиа;
- способности к созданию и анализу медиатекстов;
- традиционных и нетрадиционных навыках грамотности:

- обогащенном удовольствии, понимании и оценке содержания медиатекстов.

Здесь тоже есть проблемы. К примеру, Б.Дункан утверждает, что обучение с помощью медиа в первую очередь связано с использованием медиа для организации дискуссий или фактора мотивации на уроках изучения языка/искусства. Другими словами, в обучении с помощью медиа преподаватели используют медиа как «средство доставки» содержания. Никакой попытки исследовать систему самой доставки не было предпринято. Между тем, как в media studies «транспортная система», то есть материя и сообщение уже изучены. Медиа формируют мир, в котором мы живем, и поэтому для студентов становится все более и более важным понять социальные инфраструктуры. Медиаобразование (media education) исследует медиа в пределах социополитической структуры через анализ и производство. Это включает обучение студентов пониманию процесса производства и распространения информации, роста медиапромышленности, развития коммерческих медиаагентств, роли рекламы, оценки аудиторией печатных и аудиовизуальных текстов (I. Rother).

2. Основные цели медиаобразования/медиаграмотности

Конечно же, цели медиаобразования могут меняться в зависимости конкретной тематики и задач занятий, от возраста аудитории, от той или иной теоретической базы медиаобразования и т.д., однако практика показывает, что так или иначе, в силу тех или иных причин многие медиапедагоги могут довольно четко выделить наиболее важные для них цели. Мы предложили экспертам присвоить каждой из упомянутых ниже одиннадцати основных целей медиаобразования/медиаграмотности (в порядке их важности для конкретного респондента) определенное место (номер) место в таблице (№ I — самая важная цель,... № II — наименее значимая цель и т.д.). Затем каждому месту (номеру) мы присвоили соответствующее число баллов: 11 баллов за каждое первое место, 10 баллов — за каждое второе и т.д. Подсчет средних экспертных баллов позволил нам определить итоговую значимость для экспертов тех или иных целей медиаобразования. Результаты опроса по данному пункту представлены нами в таб.4.3.

Таб.4.3. Отношение экспертов к целям медиаобразования/медиаграмотности

N	Основные цели медиаобразования/медиаграмотности (media education/ media literacy):	Среднее число баллов, присвоенных экспертами данной цели:
I	Развивать способности к критическому	241 (84.27%)

	мышлению/критической автономии личности	
2	Развивать способности к восприятию, оценке, пониманию, анализу медиатекстов	197 (68,88%)
3	Готовить людей к жизни в демократическом обществе	177 (61,89%)
4	Развивать знания социальных, культурных, политических и экономических смыслов и подтекстов медиатекстов	176 (61,54%)
5	Обучать медиатекстов/сообщений декодированию	170 (59,44%)
6	Развивать коммуникативные способности личности	164 (57,34%)
7	Развивать способности к эстетическому восприятию, оценке, пониманию медиатекстов, к оценке эстетических качеств медиатекстов.	157 (54,90%)
8	Обучать человека самовыражаться с помощью медиа	154 (53,85%)
9	Обучать человека идентифицировать, интерпретировать медиатексты, экспериментировать с различными способами технического использования медиа, создавать медиапродукты/тексты.	143 (50,00%)
10	Давать знания по теории медиа и медиакультуры [включая такие ключевые понятия, как «агентство медиа» (agency), «категория медиа» (category), «язык медиа» (language), «технология медиа» (technology), «репрезентация медиа» (representation), «аудитория медиа» (audience) и т.д.]	137 (47,90%)
11	Давать знания по истории медиа, по истории медиакультуры	108 (37,76%)

Анализ данных, представленных в таб.4.3, показывает, что в той, или иной степени эксперты считают важными все вышеуказанные цели

медиаобразования, выделяя при этом развитие способностей к критическому мышлению/критической автономии личности, к восприятию, оценке, пониманию, анализу медиатекстов и подготовку человека к жизни в демократическом обществе. В то же время аутсайдерами в нашем опросе оказались такие цели, как передача знаний по теории и истории медиа и медиакультуры.

3. Основные теории медиаобразования/медиаграмотности

Таб.4.4 Отношение экспертов к основным теориям медиаобразования/медиаграмотности

N	Основные теории медиаобразования/медиаграмотности:	Число экспертов, предпочитающих опираться на данную теорию:
1	Теория развития критического мышления/критической автономии/демократического мышления	22(84,61%)
2	Культурологическая теория	18(69,23%)
3	Социокультурная теория	17(65,39%)
4	Семиотическая теория	15(57,69%)
5	Эстетическая/художественная теория	12(46,15%)
6	«Практическая» теория (с опорой на обучение практическим умениям работы с медиатехникой)	13(50,00%)
7	Идеологическая теория	10(38,46%)
8	Теория «потребления и удовлетворения» (стремлений аудитории)	8(30,77%)
9	Предохранительная/прививочная/инъекционная/защитная теория	4(15,38%)

Большинство опрошенных медиапедагогов посчитало, что в анкете были учтены все основные теории медиаобразования. Однако некоторыми экспертами были названы и другие теории, которые, по их мнению, могут

быть основой для медиаобразовательного процесса: этическая, проектирования учебных систем.

Подавляющее большинство экспертов (84,61%) выделили в качестве ведущей теорию развития критического мышления/критической автономии (что полностью соответствует лидерству аналогичной цели медиаобразования в ответах на предшествующий вопрос). Далее с примерно равными предпочтениями (от 69% до 57%) следуют культурологическая, социокультурная и семитическая теории медиаобразования. Как и следовало ожидать, наименьшую популярность у экспертов (15,38%) имеет предохранительная (то есть концентрирующаяся на защите аудитории от вредных влияний медиа) теория медиаобразования.

Список использованной литературы

1. Пензин С.Н. Кино и эстетическое воспитание: методологические проблемы. - Воронеж: Изд-во Воронеж. ун-та, 1987. - 176 с.
2. Спичкин А.В. Что такое медиаобразование. - Курган: Изд-во Ин-та повышения квалификации и переподготовки работников образования, 1999. 114 с.
3. Усов Ю.Н. Медиаобразование в России (на материале экранных искусств). Доклад на российско-британском семинаре по медиаобразованию. - М., 1995. - 18 с.
4. Федоров А.В. Терминология медиаобразования//Искусство и образование. - 2000. - № 2. - С. 33-38.
5. Шариков А.В. Медиаобразование: мировой и отечественный опыт. - М.: Изд-во Академии педагогических наук, 1990. - 66 с.
6. Considine, D. (1999). Media Education in United States of America. In: Educating for Media and the Digital Age. Country Reports. Austrian Federal Ministry of Education and Cultural Affairs & UNESCO, 125-128.
7. Kubey, R. (1998). Obstacles to the Development of Media Education in the United States. Journal of Communication (Winter), 58-69.

ЛЕКЦИЯ № 5. ТЕХНОЛОГИИ ПРОВЕДЕНИЯ «ПРОГРАММНО-ИМИТАЦИОННЫХ» МЕДИАОБРАЗОВАТЕЛЬНЫХ ЗАНЯТИЙ

План:

1. Информационная культура, информационная грамотность и компьютерная компетентность
2. Компьютерная грамотность
3. Информационные технологии и коммуникации

1. Информационная культура, информационная грамотность и компьютерная компетентность

Информационная культура - способность общества эффективно использовать информационные ресурсы и средства информационных коммуникаций, а также применять для этих целей передовые достижения в области развития средств информатизации и информационных технологий.

Информационная культура выражается в наличии у человека комплекса знаний, умений, навыков и рефлексивных установок во взаимодействии с информационной средой.

Современное информационное общество ставит перед всеми типами учебных заведений и, прежде всего, перед вузом задачу подготовки выпускников, способных:

- гибко адаптироваться в меняющихся жизненных ситуациях, самостоятельно приобретая необходимые знания;
- грамотно работать с информацией;
- самостоятельно критически мыслить, четко осознавать, где и каким образом приобретаемые ими знания могут быть применены в окружающей их действительности; быть способными генерировать новые идеи, творчески мыслить;
- быть коммуникабельными, контактными в различных социальных группах, уметь работать сообща в различных областях;
- самостоятельно работать над развитием собственной нравственности, интеллекта, культурного уровня.

Информационная культура - это есть набор знаний, умений и навыков поиска, отбора, ранжирования и представления информации, необходимой для решения учебных и практических задач. Проводником информационной культуры является учитель, который сам производит информацию и своим трудом показывает, как это нужно делать.

Информационная культура включает грамотность и компетентность в понимании природы информационных процессов и отношений; гуманистически ориентированную информационную ценностно-смысловую сферу (стремления, интересы, мировоззрение, ценностные ориентации); развитую информационную рефлексивность, а также творчество в информационном поведении и социально-информационной активности.

Один из важнейших элементов информационной культуры человека -

знание информационных ресурсов (при возможности получить свободный доступ к ним).

2. В настоящее время термин **компьютерная грамотность** [computer literacy (competence)] понимается совокупность знаний и умений, позволяющих человеку использовать ЭВМ в своей профессиональной деятельности и повседневной жизни. В целом проведенный терминологический анализ свидетельствует, что в настоящее время в зарубежной практике используется неунифицированная терминология, зачастую без четкого определения понятий. Отметим также, что взамен таких близких по смыслу понятий, характеризующих знания и умения человека по работе с информацией, как «библиотечно-библиографическая культура», «культура чтения», «библиотечно-библиографические знания», «библиотечно-библиографическая грамотность», все чаще используются понятия «компьютерная грамотность», «информационная грамотность», «информационная культура».

Решающее значение для информационного общества имеет развитие «человеческого капитала», включая открытое, интегрированное и межкультурное образование в сочетании с обучением навыкам в области ИКТ.

Подготовка в области ИКТ не должна ограничиваться технической компетенцией, но включать также изучение этических аспектов? Это положение Рекомендации является, на наш взгляд, принципиально важным, поскольку свидетельствует не о технократическом, но гуманитарном подходе к решению проблемы доступности информации, переносе смысловой доминанты с технических средств, на проблемы адаптации личности к жизни в информационном обществе, таящем в себе угрозу дегуманизации и замены духовных ценностей технологическими понятиями и принципами.

Формирование информационной культуры личности должно базироваться, по нашему мнению, на следующих общеметодологических принципах: культурологическом, системном; деятельностном, технологическом, принципах интегративности и непрерывности образования;

Принцип культурологического подхода базируется на осознании глубокого взаимодействия категорий «информация» и «культура», на представлении о том, что информационная культура есть неотъемлемая часть общей культуры человека. С позиций культурологического подхода информационная культура закладывает мировоззренческие установки личности; формирует ее ценностные ориентации по отношению к информации как к элементу культуры; препятствует дегуманизации и замене духовных ценностей достижениями, вызванными к жизни научно-техническим прогрессом и беспрецедентным ростом и развитием новых информационных технологий в информационном обществе.

Принцип системного подхода позволяет обеспечить целостность представления феномена информационной культуры, преодолеть за счет введения единой методологической базы изолированность при рассмотрении

таких его традиционных компонентов, как библиотечно-библиографические знания, культура чтения, компьютерная грамотность.

Принцип деятельностного подхода означает, что формирование информационной культуры личности строится не с позиций библиотекаря, информационного работника, пытающегося объяснить студенту, учителю, как устроена библиотека, информационная служба или компьютер и посвятить его в тонкости библиотечно-библиографической, информационной, компьютерной технологии, а с позиций пользователя, потребителя информации, исходя из тех информационных задач, которые он должен решать в ходе своей учебной, профессиональной или досуговой деятельности.

Принцип технологического подхода позволяет рассматривать формирование информационной культуры личности как педагогическую технологию, включающую определенную совокупность методов и средств, обеспечивающих достижение заданного результата. Предполагает детальное определение конечного результата и обязательный контроль его точности как основы получения продукции с заданными параметрами. Обязательными требованиями при этом являются массовость и воспроизводимость полученных результатов. Нарушение этих требований и отсутствие хотя бы одного элемента в заданной технологической цепи неизбежно влечет снижение качества результатов.

Принцип интегративности дает возможность построения единой стратегии и тактики формирования информационной культуры личности с ориентацией на органичное взаимодействие как образовательных, так и библиотечно-информационных учреждений, каждое из которых в соответствии со своей спецификой призвано стать участником информационного всеобуча. Реализация данного принципа открывает перспективы гармонизации совместной работы этих социальных институтов по достижению общей цели: «формированию информационной культуры личности».

Принцип непрерывности предусматривает использование возможностей всех звеньев системы непрерывного образования (дошкольного, общего среднего, среднего специального, высшего, послевузовского) для формирования информационной культуры личности. При этом на каждом из этих звеньев обучение основам информационной культуры должно быть обязательным и специально организованным.

3. «Компьютерная революция», «информационная революция»

Можно говорить о компьютеризации (компьютерной революции) как о первом этапе становления информационного общества. Компьютеризация — широкомасштабный процесс внедрения компьютеров, обеспечивающих унификацию и автоматизацию информационных процессов и технологий в различных сферах человеческой деятельности. Основная задача компьютеризации состоит в улучшении качества жизни людей за счет увеличения производительности и облегчения условий их труда. После создания микропроцессора и последовавшее за ним создание персонального

компьютера в 1981 году, изменилась структура информационного обмена в обществе, произошли огромные изменения в таких областях как экономика, образование, здравоохранение и культура.

В 60-70-е годы компьютеризированная информация начинает формироваться как новая суперсистема, оттесняя даже такую традиционную для индустриального общества сферу, как производство вещей. Именно тогда знание, в первую очередь знание высокотехнологичное, может создавать новое знание и быть применено в любой сфере человеческой деятельности. Производство знания, его хранение и скоростная передача на основе высоких информационных технологий становится основным ресурсом человечества.

Возникший феномен быстрого распространения и быстрого обновления «компьютерного парка» получил название «информационной революции». Иногда также встречается термин «компьютерная революция» или «Интернет-революция». Чтобы внести ясность, будем считать, что «компьютерная революция» (60-70-е годы XX века) была первой фазой, а «Интернет-революция» (90-е годы XX века) — завершающей фазой «информационной революции». Создание мощного технологического базиса, эффективных способов передачи и хранения информации, а также многократное увеличение скорости передачи информации создало предпосылки создания качественно иного состояния общества. Информационная революция создает технологическую платформу для реализации социальных, образовательных и культурных проектов во всех странах интеллектуальных способностей человечества.

Информационное общество характеризуется прежде всего развитием компьютерных и телекоммуникационных технологий. В основе такого общества находятся информационные системы и сети. Главным действующим фактором является информация, но не в обыденном ее понимании (сведения, факты), а информация высокотехнологичная («базы данных»). Такой вид информации способствует производству новой информации, которая может моментально быть использована в производстве опять же новой информации. В свою очередь, информационные технологии являются сферой сложной и многоуровневой системы современных высоких технологий, включая микроэлектронику, компьютерную технику, телекоммуникации, нанотехнологии, биотехнологии. Эти направления, тесно взаимодействуя, интенсивно развиваются и при этом стимулируют развитие других технологических направлений. Информация является важной характеристикой жизни и деятельности сообщества и поэтому продуцирует множество новых процессов, отражающих самые разнообразные тенденции развития современного общества.

Термин информация достаточно многозначен в связи с тем, что используется как в различных научных областях (от физики до лингвистики), так и в повседневной жизни. Отметим некоторые ключевые значения термина. В естествознании информация рассматривается как всеобщее свойство материи, наряду с пространством, временем, движением. С точки

зрения теории коммуникации, можно говорить об информационном обмене в природе, на основе обмена сигнальными связями в растительном и животном мире. В современном обществе к «естественным сигнальным обменам информацией» относится и обмен информацией между человеком и компьютерными устройствами, компьютерными системами.

Выделяют два основных вида информации. Первичной называют информацию, полученную путем проведения какого-нибудь исследования. С этой целью могут быть использованы разнообразные устройства, например, датчики температуры, давления, счетчики, камеры. Вторичной именуют то, что получается в результате обработки первичной информации. В физике под информацией понимают любое значительное изменение в характеристиках и структурах конкретного физического объекта. Наряду с энергией и веществом информация — это одна из трех составляющих природы, космоса.

В информатике информация — это совокупность фактов, явлений, событий, подвергнутых оцифровке и тогда уже представляющих интерес и подлежащих компьютерной регистрации и обработке. Есть несколько форм представления информации: символическая — основанная на использовании символов — букв, цифр, знаков, в том числе знаков пунктуации; текстовая, использующая символы, расположенные в определенном порядке; графическая — самая емкая и сложная. К ней относятся различные виды изображений (графики, рисунки, фото).

Наименьшей единицей количества информации в двоичной системе счисления является бит. Одной из важнейших задач является поиск информации, который осуществляется компьютерами. Полученная информация хранится в базах данных. Важное значение имеет оперативная рассылка информации. На основе компьютеров создаются системы и сети. Документирование информации является обязательным условием включения информации в информационные ресурсы.

В гуманитарных и социальных науках информация — это продукт социального происхождения, совокупность результативной работы мыслительной деятельности, наличные знания, образы. В экономике это сведения, данные и значения экономических показателей, являющиеся объектами хранения, обработки и передачи, а также данные, используемые в процессе анализа и выработки экономических решений в управлении. Кроме того, это один из видов ресурсов, используемых в экономических процессах, получение которого требует затрат времени и других видов ресурсов, в связи с чем эти затраты следует включать в издержки производства и обращения. Документирование экономической информации осуществляется в порядке, устанавливаемом органами государственной власти, ответственными за организацию делопроизводства. Сегодня существует такая область, как информационное право, что позволяет охранять экономические и авторские интересы производителя информации.

В целом информация может быть определена как совокупность коммуникационного материала, доступного кодированию на специальном языке.

Информационная среда — это совокупность технических, технологических и программных средств хранения, обработки и передачи информации. Кроме того, это развитая система инфраструктуры социально-экономических и культурных условий функционирования процессов информатизации. В системном отношении информационная среда является частью ноосферы и в этом плане существует как информационная сфера (инфосфера). В информатике информационная среда представляет собой сумму технических, программных, коммуникационных средств хранения, трансформации и передачи информационных массивов с целью решения производственных и коммуникативных задач.

Информационная сфера — это специфическое пространство деятельности людей, связанное с созданием, накоплением, преобразованием и потреблением информации. Сегодня уже можно говорить о планетарном масштабе информационной среды, которая обеспечивается существованием глобальной информационной инфраструктуры. Информационная «сеть», «система» имеет важное стратегическое значение для реализации экономической и политической экспансии более развитых в технологическом отношении стран.

3. Информационные технологии и коммуникации

Презентация на основе современных мультимедийных средств.

Презентация - эффективный способ донесения информации, наглядно представить содержание, выделить и проиллюстрировать сообщение и его содержательные функции.

Интерактивная доска – это сенсорный экран, подсоединенный к компьютеру, изображение из которого передает на доску проектор. Интерактивная доска предоставляет преподавателю и студентам уникальное сочетание компьютерных и традиционных методов организации учебной деятельности: с ее помощью можно работать с практически любым программным обеспечением и одновременно реализовывать различные приемы индивидуальной, коллективной, публичной («ответ у доски») работы студентов. Основной формой представления материалов для демонстрации аудитории является презентация.

Принципы работы интерактивной доски с прямой проекцией (на отражение) довольно просты. Практически речь идет о большом графическом планшете. Его белая поверхность играет роль обычного экрана. Рисовать на доске можно любым твердым предметом или даже пальцем. Компьютерная программа воспринимает эти действия как движение мыши обычного ПК. Достаточно прикоснуться к поверхности интерактивной доски, чтобы начать работу на компьютере.

Специальное программное обеспечение SMART Notebook для интерактивных досок позволяет работать с текстами и объектами, аудио – видеоматериалами, Интернет-ресурсами, делать записи от руки прямо поверх открытых документов и сохранять информацию. Доска SMART Board предоставляет дополнительные возможности для работы и творчества.

Сетевой информационный образовательный ресурс (сетевой ресурс) – это дидактический, программный и технический комплекс, предназначенный для обучения с преимущественным использованием среды Интернет независимо от места расположения обучающихся и обучающихся. Обучение с помощью сетевых ресурсов может рассматриваться как целенаправленный, организованный процесс взаимодействия студентов с преподавателями, между собой со средствами обучения.

Сетевой ресурс может использоваться во всех формах обучения. Таким образом, сетевой ресурс – это учебно-методический интерактивный комплекс, использование которого позволяет реализовать полный дидактический цикл обучения дисциплины учебного плана.

Дидактические свойства сетевого ресурса в процессе обучения позволяют реализовать:

- представление на экранах мониторов персональных компьютеров преподавателей и студентов учебно-методической информации;
- диалоговый обмен между участниками образовательного процесса в реальном (on-line) и отложенном (off-line) режиме учебной, методической, научно-образовательной и другой информацией;
- обработка передаваемой и получаемой информации (хранение, распечатка, воспроизведение, редактирование);
- доступ к различным источникам информации (порталам, электронным библиотекам, ресурсам Интернет и т.п.);
- организация коллективных форм общения преподавателем со студентами и студентов между собой посредством теле – и видеоконференции.

Видео-телеконференция - вузовское, межвузовское собрание, совещание представителей вузов с обменом звуко- и видеоинформации. Такие собрания обычно проводятся в оборудованных конференц-залах с использованием специального оборудования для конференций (проекторы, экраны, системы синхронного перевода и пр.)

Технология видеоконференции позволяет людям видеть и слышать друг друга, обмениваться данными и совместно обрабатывать их в интерактивном режиме. Количество участников может быть два и более (видеоконференцсвязь). Это дает возможность соединения с разными городами, странами.

Видеоконференции значительно расширяют возможности общения людей между собой, улучшает качество обучения студентов заочной формы обучения.

Skype (произносится «скайп») – бесплатное проприетарное программное обеспечение с закрытым кодом, обеспечивающее шифрованную голосовую связь через Интернет между компьютерами, а также платные услуги для звонков на мобильные и стационарные телефоны.

Блог - (англ. *blog*, от *web log* — интернет-журнал событий, интернет-дневник, онлайн-дневник) — веб-сайт, основное содержимое которого — регулярно добавляемые записи (посты), содержащие текст, изображения или

мультимедиа. Для блогов характерны недлинные записи временной значимости. Людей, ведущих блог, называют блогерами. Совокупность всех блогов Сети принято называть блогосферой.

По авторскому составу блоги могут быть личными, групповыми (корпоративными, клубными), общественными (открытыми). По содержанию — тематическими или общими. По размещению — сетевыми (на службе блогов) и автономными (на самостоятельной системе управления содержимым и самостоятельном хостинге).

Для блогов характерна возможность публикации отзывов (комментариев, «комментов») посетителями. Она делает блоги средой сетевого общения, имеющей ряд преимуществ перед электронной почтой, группами новостей, веб-форумами и чатами. Таким образом, преподаватель может создать в интернете свой блог или журнал, в нем разбить участников на курсы и темы, и внутри этих журналов и форумов идет общение между студентами и преподавателями по различным проблемам.

Программное обучение. Суть программного обучения состоит в высокой степени структурированности предъявляемого материала и пошаговой оценке степени его усвоения. Информация здесь предъявляется небольшими блоками в печатном виде, либо на мониторе компьютера. После чего над каждым блоком обучающийся должен выполнить задание, показывающее степень усвоения изучаемого материала. Программное обучение позволяет обучающемуся двигаться в собственном, удобном для него темпе. Переход к следующему блоку материалов происходит только после усвоения предыдущего.

Компьютерная симуляция – (англ. *simulation* «моделирование») имитация процесса с помощью механических или компьютерных устройств; чаще слово «симулятор» используется применительно к компьютерным программам.

Компьютерное моделирование и практический анализ результатов. Компьютерное моделирование осуществляется с помощью компьютерной программы, работающей на компьютере (взаимодействующих компьютерах), реализующей абстрактную модель некоторой системы. Компьютерные модели стали обычным инструментом математического моделирования и применяются в физике, астрофизике, механике, химии, биологии, экономике, социологии и других науках. Компьютерные модели используются для получения новых знаний о моделируемом объекте или для приближенной оценки поведения математических систем, слишком сложных для аналитического исследования.

Компьютерное моделирование является одним из эффективных методов изучения сложных систем. Компьютерное моделирование заключается в проведении серии вычислительных экспериментов на компьютере, целью которых является анализ, интерпретация и сопоставление результатов моделирования с реальным поведением изучаемого объекта и, при необходимости, последующее уточнение модели и т. д.

К основным этапам компьютерного моделирования относятся:

- постановка задачи, определение объекта моделирования;
- разработка концептуальной модели, выявление основных элементов системы и элементарных актов взаимодействия;
- формализация, то есть переход к математической модели; создание алгоритма и написание программы;
- планирование и проведение компьютерных экспериментов;
- анализ и интерпретация результатов.

Различают аналитическое и имитационное моделирование. При аналитическом моделировании изучаются математические (абстрактные) модели реального объекта в виде алгебраических, дифференциальных и других уравнений, а также предусматривающих осуществление однозначной вычислительной процедуры, приводящей к их точному решению. При имитационном моделировании исследуются математические модели в виде алгоритма (ов), воспроизводящего функционирование исследуемой системы путем последовательного выполнения большого количества элементарных операций.

Современное образование без использования интерактивных методов и мультимедийных технологий практически не возможно. Это позволяет представить учебный материал не только в традиционном, но и в более доступном восприятии для студентов визуально-вербальном виде. Наибольший эффект для обучаемых интерактивные методы приносят при их комплексном применении в процессе освоения учебной дисциплины. И в сочетании с традиционными видами учебной работы достигается более высокая эффективность в подготовке специалистов.

Список использованной литературы

1. Федоров А.В. Терминология медиаобразования//Искусство и образование. - 2000. - № 2. - С. 33-38.
2. Шариков А.В. Медиаобразование: мировой и отечественный опыт. - М.: Изд-во Академии педагогических наук, 1990. - 66 с.
3. Considine, D. (1999). Media Education in United States of America. In: Educating for Media and the Digital Age. Country Reports. Austrian Federal Ministry of Education and Cultural Affairs & UNESCO, 125-128.

ЛЕКЦИЯ 6. ТЕХНОЛОГИИ ПРОВЕДЕНИЯ «ПРОГРАММНО-ИМИТАЦИОННЫХ» МЕДИАОБРАЗОВАТЕЛЬНЫХ ЗАНЯТИЙ

План:

1. Медиапредпочтения современной молодежной аудитории
2. Интернет-журналистика
3. Обзор популярных программ для видеомонтажа

1. Медиапредпочтения современной молодежной аудитории. В последние годы четко обозначилась тенденция к интеграции медиаматериала: прессы, кинематографа, телевидения, видео, Интернета и т.д. В связи с этим, прежде чем мы перейдем к рассмотрению возрастных особенностей медиаобразования, нам представляется необходимым рассмотреть медиапредпочтения современного подросткового поколения на материале прессы, видео, телевидения и Интернета.

Пожалуй, самыми популярными у молодежи в настоящее время являются экранные медиа – телевидение, кинематограф, видео, DVD. Именно с экрана начинается знакомство с медиамиром. Начиная с раннего возраста, дети достаточно хорошо запоминают увиденное на экране, становятся активными телезрителями (со своими предпочтениями и любимыми героями), а к поступлению в вуз, как правило, уже осваивают азы компьютерной грамотности.

Телевидение воспринимается как наиболее доступное, ежедневно и ежедневно присутствующее в каждом доме средство информации и развлечения. ТВ играет множество ролей в жизни современного ребенка: это и информатор о текущих событиях, и верный собеседник, и советчик и т.д.

Современные компьютерные технологии представляют огромный интерес и открывают новые перспективы для развития медиаобразования. Компьютерная техника дает возможность «в виртуальном мире реализовать свои творческие идеи. Уже сегодня созданы компьютерные игры с объемным изображением и звуком, рассчитанные не только на развлечение, но и на развитие памяти, реакции, интеллекта, логики, внимания, художественного восприятия и воображения. Современные технологии позволяют любому человеку создавать свои компьютерные фильмы, энциклопедии, газеты, журналы, интернетные сайты и т.д.»

Современный юноша встречается с мультимедиа практически ежедневно, играя в компьютерные игры самых разных направлений и уровней сложности, работая с обучающими программами, входя в Интернет и т.д. Мультимедийные средства в молодежной среде чаще всего «выступают как:

- 1) источник информации (чтение научной и художественной литературы, изучение интерактивных каталогов и т.д.);
- 2) средство общения (знакомство, переписка с помощью электронной почты и т.д.);

3) форма отдыха и развлечения (компьютерные игры, прослушивание компакт-дисков, просмотр кинофильмов и т.д.);

4) техническое средство обучения (изучение таблиц, справочников, географических карт и т.д.)».

Среди основных причин постоянно растущей популярности Интернета и мультимедийных технологий выделяются следующие:

1) доступность практически любой информации;

2) новизна;

3) большие релаксационные возможности;

4) приближенность виртуальной реальности к жизненным условиям (к объективной реальности) по эмоциональности и эстетическим канонам и т.д.

2. Интернет-журналистика .

Интернет-журналистика — новая разновидность журналистики, появившаяся в конце XX века с развитием и распространением Интернета.

Специфика Интернета позволила организовывать регулярное информационное вещание на широкую аудиторию без специального развёртывания особой технической инфраструктуры. Таким образом, почти любой желающий получил возможность создавать средства массовой информации.

Интернет-издания могут иметь официальный статус СМИ, могут не иметь его. Работающий на интернет-издание журналист (интернет-журналист), как правило, не сталкивается со многими атрибутами традиционной журналистики — специализированной аппаратурой для телесъёмки и звукозаписи, полиграфией.

Важным является правовой аспект деятельности журналиста в Интернете. Фактически, журналист несёт ответственность за опубликованную информацию, но на практике это не всегда так.

Широкую популярность приобрела индивидуализация журналистики. Это новое явление, получившее свое распространение в журналистике. Любая личность выступает как производитель и распространитель информации без контроля и каких-либо ограничений извне. Стала развиваться и завоевывать популярность блогосфера; общественность, пресса и научные круги задались вопросом, могут ли блоги вытеснить т. н. «традиционные СМИ». К настоящему времени многие приходят к выводу, что профессиональная журналистика и блогосфера (которую иногда называют «индивидуальной» или «гражданской» журналистикой) дополняют друг друга, так как преимущества одной восполняют недостатки другой, и наоборот.

Самым ярким примером выброса индивидуальной информации в интернет явились недавние события в Грузии и Абхазии, куда доступ профессиональным журналистам несколько недель был практически закрыт.

3. Обзор популярных программ для видеомонтажа

Киностудия Windows Live (Windows Live Movie Maker)

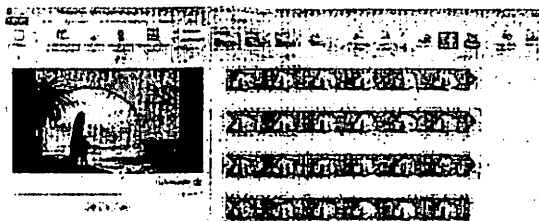


Рис.6.1 Киностудия Windows Live (Windows Live Movie Maker)

Программа для обработки видео, записанного с помощью камеры, мобильного телефона и т.д. Данная программа - бесплатное приложение к Windows 7. Прежде чем скачать программу, проверьте: возможно, Киностудия Windows Live, рис. 6.1 уже установлена на вашем компьютере. Чтобы проверить это, нажмите кнопку Пуск, в поле поиска введите слово киностудия и просмотрите наличие подобных программ в списке результатов. Благодаря Киностудии Windows Live можно создавать фильмы на основе фотографий и видеозаписей, независимо от того, сохранены ли они на компьютере или все еще находятся в камере. Возможно применение специальных эффектов и темы Киностудии для создания киношедевров. Кроме того, можно использовать функцию «Автофильм», чтобы Киностудия создала фильм самостоятельно.

Платные программы обладают большим функционалом. Более продвинутыми, чем Киностудия Windows Live (и при этом обладающие интуитивно понятным интерфейсом, а следовательно легки в освоении), являются программы Corel® VideoStudio Pro (бывшее название - Ulead VideoStudio) и Pinnacle Studio.

VideoStudio Pro (Ulead VideoStudio)



Рис.6.2. VideoStudio Pro (Ulead VideoStudio)

Corel® VideoStudio Pro X5, рис.6.2 — это комплексный редактор видео, в котором сочетается художественное редактирование, усовершенствованные эффекты, запись с экрана, интерактивное видео для Интернета и решение для создания дисков. Интуитивно понятный интерфейс позволяет создавать семейные фильмы и слайд-шоу, увлекательную пок кадровую анимацию, осуществлять запись с экрана для презентаций, учебных пособий или других целей. Безграничные возможности благодаря усовершенствованным средствам создания композиций и блестящим художественным эффектам.

Pinnacle Studio

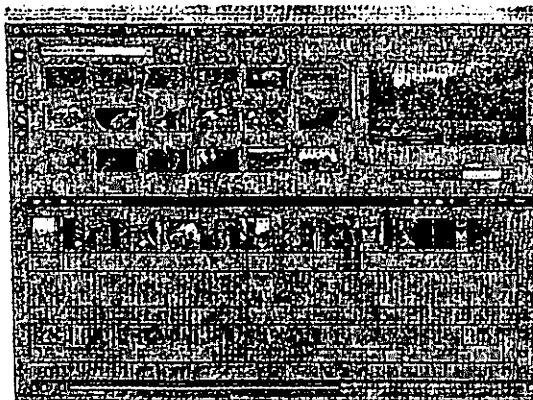


Рис.6.3 Pinnacle Studio

С помощью Pinnacle, рис.6.3 можно редактировать любое видео, захваченное с камеры или имеющееся на DVD-диске, накладывать музыку, добавлять спецэффекты, различные переходы между сценами, делать видеоальбомы, и многое другое. Pinnacle может работать с видеослосями и несколькими звуковыми дорожками. Это предоставит домашним пользователям возможность обработки фильмов на уровне профессиональной киностудии. Вывод видео на любые носители и в интернет. Также Pinnacle может превращать видео во flash-анимацию для сайтов и интернет-страниц. Видеоредактор поддерживает огромное количество «плагинов»: дополнительных модулей и настроек, которые помогут украсить фильм. Применять различные эффекты к видео и фотографиям возможно с помощью различных плагинов.

В дополнение к дискам с ПО в коробке находится зеленая ткань, благодаря которой возможен самый известный монтаж – замещение фона за объектом. Например, очень часто эффекты в фильмах делают с помощью монтажа. На самом деле актеры выполняют какие-то действия зеленой стены или ткани, и человека «вырезают», и «вставляют» в другую картинку. Благодаря любой видеокамере, программе Pinnacle и этой зеленой ткани вы

сможете в домашних условиях сделать любой монтаж, вставить объекты в любое видео, создать фантастический сюжет.

Adobe Premiere Pro

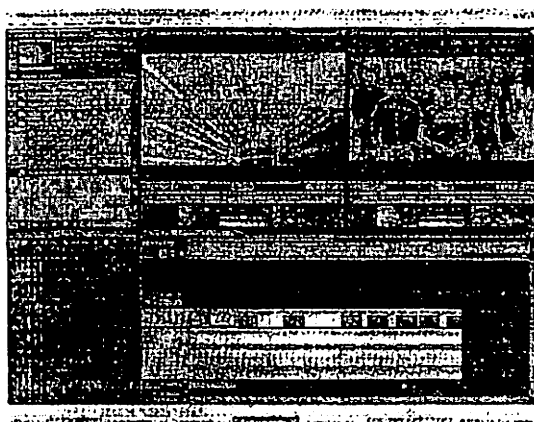


Рис.6.4. Adobe Premiere Pro

Это мощный пакет программ, рис.6.4 для редактирования видео с широким спектром возможностей по обработке данных в режиме реального времени и поддержкой практически всех, в том числе и самых новых, стандартов. Потрясающие инструменты для обработки аудио и видео-файлов в режиме реального времени обеспечат вам полный контроль над всеми элементами проекта. Данный видеоредактор является излюбленным рабочим инструментом на самых известных мировых киностудиях.

Sony Vegas Pro

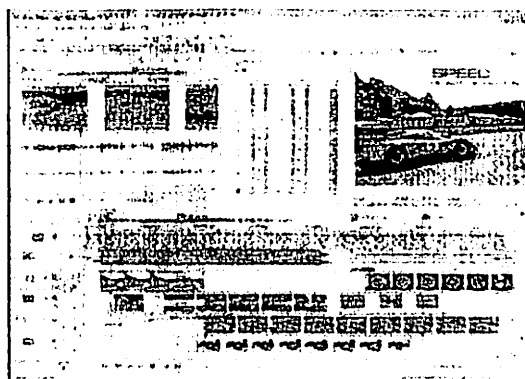


Рис.6.5. Sony Vegas Pro

Sony Vegas, рис.6.5 — профессиональная программа для многодорожечной записи, редактирования и монтажа видео и аудио потоков.

Vegas предлагает неограниченное количество видео- и аудио-дорожек, продвинутые инструменты для обработки звука, поддержку многоканального ввода-вывода в режиме полного дуплекса (для вывода сигнала можно задействовать 26 физических выходов с независимой шиной микширования на каждом), ресемплинг в реальном времени, автоматическое создание кроссфейдов, синхронизация посредством MIDI Time Code и MIDI Clock, дизеринг (с нойс-шейпингом) на выходах подгрупп и 24/32-разрядный звук с частотой дискретизации 192 кГц. Для обработки звука в реальном времени можно установить в разрыв каждой дорожки четырехполосный параметрический эквалайзер и компрессор, а также использовать 32 посыла на подключаемые модули формата DirectX.

Кроме того, программа поддерживает и такие современные функции, как работа с несколькими процессорами и двумя мониторами.

Список использованной литературы

1. Федоров А.В. Терминология медиаобразования//Искусство и образование. - 2000. - № 2. - С. 33-38.
2. Шариков А.В. Медиаобразование: мировой и отечественный опыт. - М.: Изд-во Академии педагогических наук, 1990. - 66 с.
3. Considine, D. (1999). Media Education in United States of America. In: Educating for Media and the Digital Age. Country Reports. Austrian Federal Ministry of Education and Cultural Affairs & UNESCO, 125-128.
4. Kubey, R. (1998). Obstacles to the Development of Media Education in the United States. Journal of Communication (Winter), 58-69.

ЛЕКЦИЯ №7. ОСНОВНЫЕ ТЕХНОЛОГИЧЕСКИЕ ПРИНЦИПЫ ОРГАНИЗАЦИИ ДИСТАНЦИОННОГО ОБРАЗОВАНИЯ В УЧЕБНЫХ ЗАВЕДЕНИЯХ РАЗЛИЧНОГО ТИПА

План:

1. Типы программ дистанционного образования
2. Характеристика дистанционного образования
3. Модели ДО

1. Типы программ дистанционного образования

Сегодня выделяют два основных направления влияния ИКТ на образовательные процессы:

- ✓ внедрение дистанционного обучения, которое базируется на новых методах организации процесса обучения,
- ✓ применение ИКТ для повышения качества анализа, проектирования при построении традиционных форм обучения.

Словосочетание "дистанционное образование" (ДО) прочно вошло в мировой образовательный лексикон. В течение последних трёх десятилетий ДО стало глобальным явлением образовательной и информационной культуры, изменив облик образования во многих странах мира. Возникла и бурно развивается целая индустрия образовательных услуг, объединяемых общим названием "дистанционное образование", впечатляющая огромным числом обучающихся, количеством образовательных учреждений, размерами и сложностью инфраструктуры, масштабами инвестиций и денежного оборота. Радикальный прорыв в области ДО произвели ПК и Интернет, а в ближайшей перспективе – мобильный Интернет и беспроводные локальные сети.

Из-за многогранности и масштабности ДО как явления, широкого разнообразия образовательных услуг и форм организации (или моделей) ДО в крупных национальных и международных центрах дистанционного образования - общепринятого, канонического определения ДО не существует.

Очевидно, что если "дистанционное" означает "на расстоянии", то речь идёт об образовании на расстоянии, то есть о такой форме образовательного процесса, при которой учащийся (студент) и учитель (преподаватель) - по крайней мере, как правило - находятся не в одной аудитории, а на значительном расстоянии друг от друга.

"Дистанционное обучение" - это составляющая "дистанционного образования", деятельность обучающего: педагога и образовательного учреждения. Правда, при широком понимании "обучения" - как, например, "совместной целенаправленной деятельности учителя и учащихся, в ходе которой осуществляются развитие личности, её образование и воспитание", приведённый аргумент теряет силу, поскольку границы между "обучением" и

"образованием" попросту стираются и они становятся синонимами. Задача дистанционного обучения – учить, не имея прямого постоянного контакта с обучаемым.

Базовые принципы, на основе которых создаются системы дистанционного образования:

1. **доступность обучения.** При хроническом недостатке времени учиться надо все больше. Процесс обучения при ДО может начинаться когда угодно и заканчиваться когда угодно.

2. **радикально новые формы представления и организации информации.** Системы мультимедиа, нелинейные формы представления информации, присутствие большого количества справочной информации.

3. **достоверность сертификации знаний.** Широкое использование методик оценки знаний, основанных на тестировании.

Типы программ дистанционного образования

Учебные заведения, предлагающие программы дистанционного образования можно разделить на три категории:

"Натуральные" дистанционные университеты. Например, в США, таких учебных заведений, предлагающих программы обучения на степень бакалавра и магистра не слишком много. Приличные учебные заведения имеют необходимую аккредитацию. В тоже время, существуют и не аккредитованные программы, поэтому важно узнать - какую аккредитацию имеет конкретная интересующая вас программа.

Провайдеры корпоративных тренингов и/или курсов повышения квалификации. Эти организации проводят тренинги, программы, ведущие к получения сертификата и прочие образовательные программы, предназначенные для развития каких-либо профессиональных навыков. Это, как правило, программы, формируемые в соответствии с индивидуальными требованиями клиентов. Таким образом, данный тип учебных заведений предлагает сильно отличающиеся по качеству программы.

Традиционные университеты, предлагающие онлайн-обучение. Многие традиционные университеты и колледжи в последнее время стали предлагать свои программы в онлайн-режиме, расширяя, таким образом, перечень предлагаемых программ обучения. К сожалению, очень немногие традиционные университеты и колледжи предлагают полные и целостные онлайн-варианты своих программ.

2. Характеристика дистанционного образования

Существуют три основные характеристики качественной программы дистанционного образования для взрослых студентов:

1. **Качественная программа дистанционного образования** не просто копирует программу лекций, предоставляя возможность прочитать их на экране компьютера. Курс должен быть тщательно организован таким образом, чтобы целенаправленно вовлечь студента. При этом, многие учащиеся начинают чувствовать, что они больше вовлечены в процесс

обучения, чем они когда либо были вовлечены, обучаясь очно. Структура курса должна предоставлять большие возможности управлять процессом обучения, чем это было бы возможно при дневной форме обучения. Курс должен быть сконцентрирован на учащемся, позволяя студенту устанавливать содержание курса согласно его личным потребностям и задачам.

2. Средства и способы коммуникации. Программа дистанционного образования может предполагать целый набор способов доставки информации, включая обычную почту, телефон и факс, Интернет, электронную почту, интерактивное телевидение, телеконференции, а также аудио и видео конференции. Способы связи должны максимально соответствовать стилю обучения. Курсы обучения могут быть синхронными или асинхронными. Синхронные курсы требуют одновременного участия преподавателей и студентов и их взаимодействия в реальном времени. Средства доставки информации в этом случае включают интерактивное телевидение и видеоконференции. Асинхронные способы, в противоположность синхронным, отличаются большой гибкостью и дают возможность студенту выбирать удобное для него время работы над материалом курса. Программы, использующие асинхронные способы взаимодействия предполагают использование Интернета, электронной почты, видеокассет и обычной почты.

3. Поддержка и контакт со студентами. В противоположность представлениям многих, студенты, обучающиеся по хорошей программе дистанционного образования не должны чувствовать себя изолированными друг от друга. Качественная программа подразумевает множество способов и приемов для создания настоящей атмосферы взаимодействия. Выбирая программу дистанционного образования, спросите, каким образом студенты получают помощь и поддержку от своих инструкторов. Должна существовать онлайн-поддержка чатов и форумов, онлайн-информационные доски, онлайн-магазины и другие средства консультирования и поддержки студентов.

Основные характеристики дистанционного обучения:

1. Детальное планирование деятельности обучаемого (постановка задач, целей, разработка учебных материалов).
2. Интерактивность (между обучаемым и преподавателем, между обучаемым и учебным материалом, групповое обучение).
3. Мотивация (организация самостоятельной познавательной деятельности)
4. Модульная структура дистанционного обучения (обучаемый должен иметь возможность четко осознавать свое продвижение от модуля к модулю).

3. Модели ДО

1 модель. Обучение по типу экстерната. Обучение, ориентированное на вузовские экзаменационные требования. предназначается для учащихся и

студентов, которые по каким-то причинам не могут посещать очные заведения. Это фактически заочная форма обучения экстерном.

II модель. Университетское обучение. Система обучения студентов, которые обучаются не очно, а на расстоянии, заочно или дистанционно, на основе новых информационных технологий, включая компьютерные телекоммуникации. Студентам предлагаются помимо печатных пособий аудио- и видеокассеты, CD-диски разработанные ведущими преподавателями конкретных университетов.

III модель. Обучение, основанное на сотрудничестве нескольких учебных заведений. Сотрудничество нескольких образовательных организаций в подготовке программ нескольких образовательных организаций в подготовке программ заочного/дистанционного обучения позволяет сделать их более профессионально качественными и менее дорогостоящими.

IV модель. Обучение в специализированных образовательных учреждениях. Специально созданные для целей заочного и дистанционного обучения образовательные учреждения ориентированы на разработку мультимедийных курсов. В их компетенцию входит также и оценка знаний и аттестация обучаемых.

V модель. Автономные обучающие системы. Обучение в рамках подобных систем ведется целиком посредством телевидения или радиопрограмм, CD-ROM-дисков, а также дополнительных печатных пособий.

VI модель. Неформальное, интегрированное обучение на основе мультимедийных программ. Это программы самообразования. Они ориентированы на обучение взрослой аудитории – тех людей, которые не смогли закончить вуз. Подобные проекты могут быть частью официальной образовательной программы, или специально ориентированы на определенную образовательную цель, или нацелены на профилактические программы здоровья.

Основные цели моделей дистанционного образования:

1. Дать возможность обучаемым совершенствовать, пополнять свои знания в различных областях в рамках действующих образовательных программ.
2. Получить аттестат об образовании, ту или иную квалификационную степень на основе результатов соответствующих экзаменов (экстернат).
3. Дать качественное образование по различным направлениям вузовских программ.

Список использованной литературы

1. Тихомиров, В.П. Дистанционное образование: история, экономика, тенденции / В.П. Тихомиров // Труды II

ЛЕКЦИЯ №8. СВЯЗЬ ДИСТАНЦИОННОГО И ИНТЕРНЕТ-ОБРАЗОВАНИЯ С МЕДИАОБРАЗОВАНИЕМ

План:

1. Составляющие дистанционного образования
2. Дистанционные технологии
3. Процесс разработки дистанционных курсов, со спецификой медиаобразования

1. Составляющие дистанционного образования

Любое обучение требует определенной организационно-информационной поддержки. Составляющими дистанционного образования являются:

1. Учебный центр (учебное заведение), осуществляющий необходимые функции организационной поддержки, также именуемый как провайдер дистанционного обучения;

2. Информационные ресурсы — учебные курсы, справочные, методические и другие материалы;

3. Средства обеспечения технологии дистанционного обучения (организационные, технические, программные и др.);

4. Преподаватели-консультанты, курирующие дистанционные курсы, именуемые тьюторами;

5. Обучающиеся, по-прежнему называемые студентами.

Для организации и правильного функционирования системы дистанционного образования необходимо выполнять следующие основные функции:

- поддержка учебных курсов;
- доставка учебного материала студентам;
- поддержка справочных материалов (библиотека);
- консультации;
- контроль знаний;
- организация общения студентов (коллективные формы обучения).

2. Дистанционные технологии

Анализируя существующие системы дистанционного обучения, можно прийти к выводу, что для поддержки дистанционного обучения используются следующие технологии: кейс-технология, TV-технология и сетевые технологии. Рассмотрим их особенности.

При кейс-технологии учебно-методические материалы комплектуются в специальный набор (кейс). Этот набор пересылается учащемуся для самостоятельного изучения. Общение с преподавателями-консультантами осуществляется в созданных для этих целей региональных учебных центрах. Считается, что при достаточной мотивации обучаемый в состоянии самостоятельно изучить и освоить значительный объем материала по

широкому кругу дисциплин, если такое обучение подкреплено содержательным кейсом.

С 40-х годов начинаются эксперименты по использованию отличных от почты средств доставки учебного материала — радио, магнитофонные ленты, телевидение. Процесс обучения дополняется непрерывным процессом самообразования с использованием записанных на те или иные носители или транслируемых по радио и телевидению лекций. TV-технология, как следует из ее названия, основана на использовании телевизионных лекций.

К сетевым технологиям относится интернет-технология и технологии, использующие возможности локальных и глобальных вычислительных сетей. В интернет-технологии "Всемирная паутина" используется для обеспечения учащихся учебно-методическим материалом, а также для интерактивного взаимодействия между преподавателем и обучаемыми. Возможность связи "многих-со-многими" является принципиальным отличием интернет-технологии от иных технологий дистанционного обучения.

Кроме того, получение большого объема учебно-методических материалов по каналам Интернета обходится обучаемому значительно дороже, чем при обычной почтовой рассылке. Для распространения больших объемов информации традиционно используются компакт-диски. Большая информационная емкость компакт-дисков (около 700 Мбайт) в сочетании с простотой и дешевой тиражированием делает весьма эффективной рассылку учебно-методических материалов на таких носителях посредством обычной почты.

Сегодня, бесспорно, самым современным и перспективным средством технологической поддержки дистанционного обучения являются интернет-технологии. Однако, говоря о дистанционном образовании как об эффективной системе, интернет-технологии целесообразно рассматривать в сочетании с CD-ROM-технологиями. Содержательная часть курса (content) может и должна поставляться на компакт-дисках, что обеспечивает дешевизну и независимость от каналов связи. А Интернет целесообразно использовать в ДО для обновления информации, тестирования и общения с обучаемыми. Описанный подход составляет основу Web-CD-технологии.

3. Процесс разработки дистанционных курсов, со спецификой медиаобразования

Сам процесс разработки дистанционного курса можно разделить на две составляющих: разработка учебно-методического наполнения и дизайн курса. На первом этапе проводится структурирование текстов, логическое построение их частей, проектирование структуры понятийного аппарата и инструментальной части курса - контроля, обсуждений и тому подобное. Очень важно при этом планирование гипертекстовой структуры курса, то есть системы ссылок и переходов между понятиями, содержательной и инструментальной компонентами. После этого проводится создание и размещение материалов в электронном виде, формирование системы

переходов и ссылок, реализация контроля, коммуникационных мероприятий и т.д.

Комплект учебно-методических материалов ДК должен разрабатываться соответственно принципам:

1. Программа дистанционного курса должна содержать цели как компоненты учебного процесса по данной дисциплине, формировать мотивации успешного изучения курса с помощью разъяснения его места и значения в системе обучения. Перечень тем в ДК целесообразно сопроводить указанием необходимого уровня усвоения материала.

2. Учебные материалы в цифровой форме с использованием гипертекста должны удовлетворять требованию простоты ориентации студентов при перемещении по ссылкам. В предисловии к учебным материалам необходимо объяснить условные обозначения ссылок и дать советы относительно рациональных приемов навигации.

3. ДК должен предусматривать общение студентов с преподавателем и между собой.

4. ДК не является электронной копией печатных учебников или простым компьютерным учебником. Информационно-коммуникационные технологии (не являясь самоцелью) могут и должны эффективно использоваться для достижения целей учебного процесса.

Процесс создания ДК курса требует от преподавателей-авторов знаний как в предметной области, для которой создается ДК, так и в области информационных технологий, что на практике чаще всего предполагает сотрудничество двух специалистов: преподавателя-практика, ответственного за содержание курса (автор курса), и методиста-консультанта, который владеет информационными технологиями (инженер по знаниям).

Существующая в настоящее время в мировой практике сеть открытого заочного и дистанционного обучения базируется на шести известных моделях, использующих различные традиционные средства и средства новых информационных технологий: телевидение, видеозапись, печатные пособия, компьютерные телекоммуникации.

Элементы дистанционного учебного курса

Составляющими дистанционного учебного курса являются:

- информационные ресурсы;
- средства общения;
- система тестирования;
- система администрирования.

Информационные ресурсы. Важнейшим компонентом дистанционного курса являются информационные ресурсы, т.к. в них сосредоточена содержательная часть — контент (content). Контент включает:

- ✓ учебный материал (конспекты лекций, демонстрационные материалы и т. п.);
- ✓ дополнительные информационные материалы (комментарии преподавателя, ответы на часто задаваемые вопросы и т. п.);

- ✓ библиотеку ресурсов (рекомендованная литература, списки Web-ресурсов по теме курса и т. п.);
- ✓ предметный и/или тематический словарь (гlossарий);
- ✓ программу обучения (академический календарь); и т. д.

Средства общения. Средства общения обеспечивают процесс взаимодействия обучаемого как с учебным центром, в частности с преподавателем, так и с другими обучающимися.

Один из важнейших вопросов — организация эффективных средств общения, не только компенсирующих отсутствие непосредственного контакта преподавателей и студентов между собой, но и, по возможности, придающих новые качества их общению.

Традиционно здесь выделяются электронная почта e-mail (особенно рассылки), доски объявлений, виртуальные конференции, видео- и аудиотрансляции, виртуальные семинары и обсуждения.

Базовые механизмы, за счет которых можно организовать эффективные средства общения, условно разделяют на асинхронные и синхронные, которые получили название offline и online соответственно.

Асинхронные средства не требуют у обменивающихся сторон постоянного соединения. К таким средствам можно отнести: e-mail и построенные на основе e-mail автоматические рассылки (так называемые mail-lists), доски объявлений типа Bulletin Board System (BBS), offline-конференции типа "эхо" FidoNet и т. п. Необходимо отметить, что с развитием телекоммуникаций роль таких средств снижается. Синхронные средства предполагают одновременные согласованные действия сторон — один говорит, другой слушает в то же самое время.

Все рассматриваемые online-средства предполагают наличие прямого выхода в Интернет и базируются так или иначе на сервисах, существующих в сети Интернет. Наиболее эффективными являются online-конференции, позволяющие поддерживать множество различных форм общения в процессе ДО: семинары, обсуждения, обмен опытом, проведение научных конференций. К новым и многообещающим средствам относятся интернет-трансляции видео- и аудиоматериалов и интернет-телефония.

Система тестирования. Система тестирования должна обеспечивать текущий контроль знаний, а на завершающей стадии дать объективную оценку обучаемого, на основании которой происходит выдача дипломов, сертификатов и пр. Здесь очень важен вопрос о защите данных и средствах идентификации и аутентификации обучаемого, не допускающих подмены и искажения результатов тестирования. Система тестирования включает:

- средства обработки результатов тестирования;
- интерактивные тесты;
- график прохождения тестов.

Система администрирования. Система администрирования обеспечивает доступ к личному делу, доске объявлений администрации, интерактивным анкетам и пр.

Структура дистанционного учебного курса

Домашняя страница курса включает: описание курса; расписание.

Материалы курса:

- гипертекстовое оглавление курса;
- программа курса;
- терминологический словарь (Glossary);
- поиск по материалам учебника (Search);
- сводные материалы;
- печать материалов.

Средства взаимодействия:

- объявления — доступные всем студентам курса;
- персональный почтовый ящик;
- чат (Chat) — online-аудитория;
- доска для рисования (Whiteboard) — графический редактор типа Paint, содержимое окна которого оказывается доступным другим участникам online-аудитории;

- проверка знаний;
- задания;
- предварительное тестирование — самопроверка;
- тестирование знаний.

Персональные данные студента:

- указания для студента;
- статистика учебных занятий;
- персональные страницы.

Список использованной литературы

1. Тихомиров, В.П. Дистанционное образование: история, экономика, тенденции / В.П. Тихомиров // Труды II международной конференции «Стандарты в образовании: проблемы и перспективы».- М., 1997 С. 201-205.
2. Тихомиров, В.П. Основные принципы построения системы дистанционного обучения в России / В.П. Тихомиров // ДО-1998-№1.- С. 4-9.

ЛЕКЦИЯ № 9. ТЕХНОЛОГИЯ ПРОВЕДЕНИЯ «ГРАФИЧЕСКО-ИМИТАЦИОННЫХ» МЕДИАОБРАЗОВАТЕЛЬНЫХ ЗАНЯТИЙ

План:

1. Технология выполнения «графическо-имитационных»
2. Типы творческих «графическо-имитационных»
3. Создание рисунков и коллажей на тему произведений медиакультуры

1. **Технология выполнения «графическо-имитационных».** Методика медиаобразовательных занятий основана на использовании циклов литературно-аналитических и изобразительно-имитационных творческих заданий. В основе творческих заданий лежит анализ ключевых понятий медиаобразования.

Цикл изобразительно-имитационных творческих заданий для анализа систем, отношений, форм медиакультуры, структуры медиатекстов на занятиях в студенческой аудитории состоял из следующих творческих заданий, которые выполнялись студентами индивидуально:

- создание визуальной презентации структуры медийного агентства с помощью программы Power Point;

- подготовка серии из десяти карточек с рисунками, которая могла бы быть взята за основу для изображения структурных блоков сюжета конкретного медиатекста;

- подготовка серии из десяти карточек с рисунками, которая могла бы быть взята за основу для изображения структурных блоков типологии медийного восприятия, свойственного различным группам аудитории.

В процессе сюжетного/повествовательного анализа аудиовизуального медиатекста студенты также выполняют ряд *изобразительно-имитационных творческих заданий*, включающих:

- подготовку серии карточек-рисунков, которые могли бы соотноситься с реализацией одного и того же сюжета в медиатекстах разных жанрах;

- подготовку серии из рисунков, которые могли бы соотноситься с реализацией одного и того же сюжета медиатекста с использованием разных технологий;

- подготовку серии из кадров, которые могли бы быть взяты за основу сюжета для съемки сцены драки футбольных болельщиков (с опорой на различные виды кадрирования – общий план, крупный план, деталь и т.д.);

- создание афиш, фотоколлажей, рисунков на тему аудиовизуальных медиа текстов, передающих ключевые сюжетные линии;

- чтение сценарной строки («Она сидит за роялем и играет. Вдруг неожиданно в комнату входит совсем незнакомый человек», «Он сидит в кафе со своим другом. Вдруг раздается звонок – это звонит его мать. Он раздраженно отвечает ей»). Подготовка серии кадров «экранизации» такого рода, передающих сюжет фильма и т.д.

2. Типы творческих «графическо-имитационных»

В процессе выполнения цикла *изобразительно-имитационных творческих заданий* для анализа рекламных медийных стереотипов на занятиях в студенческой аудитории возможны следующие виды работы:

- подготовка рисунков/коллажей, по которым можно было бы четко представить себе вид и жанр стереотипного рекламного медиатекста (например, комедийного или мелодраматического и т.д.);

- подготовка афиш к стереотипным рекламным медиатекстам, выполненным в разных технологиях (рисунок, коллаж, аппликация и т.д.);

- создание афиши/коллажа/комикса, где были бы представлены стереотипные ситуации и персонажи медиатекстов (домохозяйка, заботливая мама и др.).

В процессе осуществления анализа медийных стереотипов рекламного медиатекста студентам могут быть предложены следующие *вопросы*:

Назовите основные стереотипные функции телевизионного рекламного медийного агентства/холдинга. Почему вы выбрали именно эти функции?

Как условности и коды работают в различных жанровых и тематических типах рекламных медиатекстов?

Какие приемы и художественные средства используются в телевизионной рекламе для привлечения внимания аудитории?

Есть ли в аудиовизуальной рекламе предсказуемая жанровая формула? Как понимание этой формулы помогает вашему восприятию в конкретном рекламном медиатексте?

Как жанр рекламного медиатекста влияет на культурные отношения и ценности, культурную мифологию, мировоззрения людей?

Какие стереотипные сюжеты, условности фабул характерны для конкретных жанров/тем в телевизионной рекламе?

Предсказывает ли завязка события дальнейший ход телевизионного рекламного медиатекста? Обоснуйте свой ответ.

Можете ли вы сформулировать стереотипы завязок для стереотипных жанров/тем рекламных медиатекстов?

Как в телевизионной рекламе может проявляться стереотипность технологических решений?

Возможны ли стереотипы изобразительного решения в рекламном медиатексте? Если да, то в чем конкретно они проявляются?

Возможны ли стереотипы звукового решения в рекламном медиатексте? Если да, то в чем конкретно они проявляются?

Можете ли вы назвать стереотипы визуальных кодов в телевизионной рекламе?

Какие политические, социальные и культурные стереотипы отображены в данном рекламном медиатексте?

Почему аудитория принимает некоторые стереотипные рекламные медиарепрезентации, как истинные, и отклоняет другие, как ложные?

Возможны ли различные интерпретации стереотипных рекламных медиатекстов и их персонажей?

Воздействуют ли стереотипные медийные репрезентации рекламы на вашу точку зрения об отдельных социальных группах или проблемах?

На какие группы современного общества рекламные медийные стереотипы воздействуют наиболее сильно? Почему?

Можно ли избавиться от воздействия рекламных медийных стереотипов на общество? Обоснуйте свою точку зрения и т.д.

Таким образом, проведение комплексного анализа медийных стереотипов телевизионных рекламных медиатекстов различных видов и жанров способствует развитию медиакомпетентности будущих педагогов, углублению знаний о жанровом своеобразии аудиовизуальных произведений медиакультуры, полноценному медиавосприятию, включающему аналитические и интерпретационные умения. Выполнение циклов творческих заданий позволяет студентам определить основные стереотипные решения при создании рекламных медиатекстов, что, в конечном итоге, способствует осуществлению более полноценного самостоятельного осмысления не только данного вида медиатекстов, но и произведений более серьезных видов и жанров.

3. Создание рисунков и коллажей на тему произведений медиакультуры

Идентификационный анализ аудиовизуальных медиатекстов на примере музыкальных клипов предполагает выполнение в студенческой аудитории *цикла изобразительно-имитационных творческих заданий*:

- создание комикса, серии рисунков на тему того, как медийное агентство разрабатывает систему манипулятивных воздействий на аудиторию, которая будет применяться в том или ином клипе;

- создание комикса, серии рисунков на тему того, как медийное агентство создает псевдособытие при помощи музыкального клипа;

- создание комикса, серии рисунков на тему того, как авторы подбирают наиболее эффективные технологии, чтобы заложить в видеоклип скрытые сообщения;

- создание комикса, серии рисунков на тему выбора «авторами» аудиовизуального языка для музыкального клипа, куда обязательно должен включаться placement (неявная реклама какой-либо продукции);

- создание рекламных афиш собственного видеоклипа с помощью фотоколлажа с дорисовками, либо основанных на оригинальных собственных рисунках; попытка заложить в данные изображения некие скрытые смыслы;

- создание рисованных комиксов на тему музыкальных клипов с «двойным дном», то есть с завуалированными смыслами и кодами;

- создание рисованных комиксов на тему реакции аудитории на манипулятивные медийные воздействия того или иного музыкального клипа и др.

После выполнения этих творческих заданий можно организовать конкурс комиксов, рисунков, коллажей с обязательным обсуждением их достоинств и недостатков. Другой вариант – проведение викторины, в ходе которой аудитория пытается угадать, какие тайные смыслы, коды и символы

были заложены в том или ином рисунке, комиксе, коллаже, созданном студентами.

Различные вариации выполнения тех или иных творческих заданий на материале клиповой музыкальной культуры применяются с целью развития умений студентов создавать невербальные тексты со скрытыми от поверхностного взгляда смыслами, кодами, подтекстами.

Следующий цикл медиаобразовательных занятий, посвященный идентификационному анализу музыкальных клипов состоит в *проблемных коллективных обсуждениях и в рецензировании медиатекстов*. Здесь могут использоваться следующие виды проблемных творческих заданий:

- сопоставление и обсуждение мнений профессиональных медиакритиков, журналистов о музыкальных клиповых новинках. В процессе обсуждения можно использовать также мнение непрофессионалов, которое можно найти в интернете на соответствующих форумах. В заключение данного задания проводится дискуссия;

- подготовка рефератов, посвященных теме идентификационного анализа музыкальных клипов;

- устные коллективные обсуждения (с помощью проблемных вопросов педагога) музыкальных клипов с акцентом на идентификационный анализ;

- письменные рецензии студентов на конкретные клипы разных видов и жанров с акцентом на идентификационный анализ.

Как показывает практика, здесь может успешно применяться традиционная схема обсуждения медиатекста, включающая несколько основных этапов. Первый из них – установка на медиавосприятие. Во вступительном слове студентам предоставляется информация о создателе видеоклипа, происходит знакомство с его предшествующими работами.

На медиаобразовательных занятиях, посвященных идентификационному анализу аудиовизуальных медиатекстов, мы апробировали несколько вариантов установки на медиавосприятие произведений музыкальной клиповой медиакультуры.

В первом варианте эта работа была организована в форме традиционной беседы, включающей вступительное слово педагога или студента, которому поручено вести эту часть занятия.

Как показал опыт проведения медиаобразовательных занятий со студентами, на данном этапе возможен и другой вариант установки, при котором студенты в компьютерном классе под руководством ведущего знакомятся с творчеством того или иного автора видеоклипа при помощи Интернет. В этом случае студенты не только получают соответствующую «установку», но и совершенствуют свои поисковые навыки владения информационными ресурсами. Здесь следует отметить, что на подобных сайтах и в форумах часто встречаются точки зрения, отражающие отношение различных категорий аудитории к тому или иному автору или клипу. Поэтому данный вариант может применяться в работе с «более продвинутой» аудиторией, обладающей определенной степенью критической автономии.

На втором – «коммуникативном» – этапе обсуждения осуществляется просмотр самого видеоклипа. На третьем – обсуждение видеоклипа с акцентом на идентификационный анализ, в случае необходимости – повторный показ и анализ его ключевых фрагментов.

На данном этапе студентам могут быть предложены следующие задания:

- выбрать эпизоды видеоклипа, в которых можно расшифровать скрытые смыслы, подтексты;

- провести анализ данных эпизодов с точки зрения развития конфликта, характеров, идей, звукозрительного ряда и др.

На третьем – «рефлексивном» – этапе обсуждения студентам предлагаются проблемно-проверочные вопросы, определяющие степень усвоения полученных умений анализа медиатекста. Этот этап возможно проводить в форме анкетирования, тестирования или применения устных вопросов, ответы на которые как раз и предполагают совершенствование приемов дешифровки манипулятивных воздействий.

Список использованной литературы

1. Усов Ю.Н. Аудиовизуальное развитие учащихся IX-XI классов // Система аудиовизуального образования учащихся средней школы / под ред. А.В. Каменец, Е.А. Захарова. М., 1992. С. 11-15.
2. Усов Ю.Н. Кинообразование как средство эстетического воспитания и художественного развития школьников: дис. ... д-ра пед. наук. М., 1988. 362 с.
3. Усов Ю.Н. Методика использования киноискусства в идейно-эстетическом воспитании учащихся 8-10 классов. Таллин, 1980. 125 с.
4. Федоров А.В. Медиаобразование и медиаграмотность. Таганрог: Изд-во Кучма, 2004. 340 с.
5. Федоров А.В. Медиаобразование: история, теория и методика. Ростов н/д.: Изд-во ЦВВР, 2001. 708 с.
6. Федоров А.В. Медиаобразование: творческие задания для студентов и школьников // Инновации в образовании. 2006. № 4. С.175-228.

ЛЕКЦИЯ № 10. ТЕХНОЛОГИЯ ПРОВЕДЕНИЯ ИНТЕГРИРОВАННЫХ МЕДИАОБРАЗОВАТЕЛЬНЫХ ЗАНЯТИЙ

План:

1. Технология и методы медиаобразования
2. Классификация методов медиаобразования
3. Интерактивное обучение в интегрированных медиаобразовательных занятиях

1. Технология и методы медиаобразования

Методы медиаобразования – способы работы педагога и ученика, при помощи которого достигаются цели медиаобразования. При этом усвоение знаний и способов деятельности, основанных на изучении произведений медиакультуры, происходит на следующих уровнях:

- 1) применении знаний и способов деятельности на материале медиа;
- 2) осознанного восприятия и запоминания;
- 3) творческого применения знаний о медиа и произведениях медиакультуры.

Специфика зарубежных медиаобразовательных моделей состоит в следовании общедидактическим принципам (социокультурное развитие творческой личности в процессе обучения, научность, систематичность и последовательность, доступность обучения, связь теории с практикой, наглядность, активность, переход от обучения к самообразованию, связь обучения с окружающей действительностью, положительный эмоциональный фон, учет индивидуальных особенностей учащихся), и принципам, связанным с особенностями медиакультуры (развитие аудиовизуального восприятия, умений анализировать медиатексты и т.д.).

Методика образования – «описание конкретных приемов, способов, техник педагогической деятельности в отдельных образовательных процессах». Применительно к медиаобразовательному процессу *методика* рассматривается как процесс обучения основам медиакультуры в плане содержания данного образования и деятельности педагога и ученика, с учетом вариативности, импровизации, диалогической формы преподавания и учения, требований к составляющим образовательного процесса.

Интеграционные процессы, происходящие в современном образовании, актуализируют использование в педагогическом процессе современных технологий и активных форм учебного взаимодействия. Потенциал педагогических технологий используется в различных областях: филология, история, обществознание, правовое образование, иностранный язык, география, экология, мировая художественная культура и т.д. Последние годы педагогические технологии все активнее используются и в практике зарубежного медиаобразования. Под *педагогической технологией* понимается «совокупность средств и методов воспроизведения теоретически обоснованных процессов обучения и воспитания, позволяющих успешно реализовывать поставленные образовательные цели. Педагогическая

технология состоит из предписаний способов деятельности (дидактические процессы), условий, в которых эта деятельность должна воплощаться (организационные формы обучения), и средств осуществления этой деятельности».

2. *Классификацию методов медиаобразования можно представить следующим образом:*

- по источникам полученных знаний: *словесные* (лекция, рассказ, беседа, объяснение, дискуссия); *наглядные* (иллюстрация и демонстрация медиатекстов); *практические* (выполнение различного рода заданий практического характера на материале медиа);

- 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).

В медиаобразовательном процессе используются разнообразные педагогические приемы. *Приемы обучения* – «конкретные операции взаимодействия учителя и учащегося процессе реализации методов обучения. Приемы обучения характеризуются предметным содержанием, организуемой ими познавательной деятельностью и обуславливаются целью применения. ... На уровне учебного предмета сочетания приемов составляют методики и даже целостные методические системы».

Педагогические приемы определяются общедидактическими методами, и каждая конкретная методика или педагогическая технология может включать множество сочетаний педагогических приемов, выбор которых обусловлен особенностями содержания обучения, способами и планируемыми уровнями усвоения учебного материала, имеющимися средствами их реализации, степенью эффективности применения того или иного приема и т.д.

3. *Методические приемы медиаобразовательного процесса* базируются на циклах (блоках, модулях) творческих и игровых заданий, которые используются в учебной и внеучебной деятельности. Использование тех или иных приемов в медиаобразовательном процессе обусловлено возрастными и индивидуальными особенностями аудитории, ее потребностями и интересами в медиамире, мотивами общения с медиа, уровнем восприятия медиainформации и т.д. Также выбор определенных методических приемов тесно связан с целями и конкретными задачами, которые ставит перед собой педагог при осуществлении медиаобразовательного процесса (развитие познавательного интереса, коммуникативных умений, творческих способностей и т.д.). Важным определяющим моментом выбора определенных педагогических приемов в

медиаобразовании является и то, какой медиаматериал используется педагогом на медиаобразовательных занятиях (печатные, аудиовизуальные медиа, компьютерные технологии и т.д.). Учитывая интеграцию различного медиаматериала, чаще всего в процессе медиаобразовательных занятий используется комплекс приемов, учитывающих специфику различных медиа.

Творческие задания на медиаматериале выполняют обучающие, адаптационные, развивающие и управляющие функции:

- обучающая функция направлена на усвоение знаний о теориях и законах, приемах восприятия и анализа медиатекстов;

- адаптационная – на способность применять эти знания в иных ситуациях;

- развивающая – на развитие мотивационных (компенсаторных, терапевтических, рекреативных и т.д.), волевых и других свойств и качеств личности, опыта творческого контакта с медиа;

- управляющая – на создание наилучших условий для всего процесса медиаобразования.

В медиаобразовательной практике могут применяться разнообразные *способы деятельности*: дескриптивный (пересказ содержания медиапроизведений), классификационный (определение места медиатекста в историческом и социокультурном контексте), аналитический (анализ структуры медиатекста, его языка, авторской позиции), личностный (описание отношений, переживаний, чувств, воспоминаний, ассоциаций, вызванных медиатекстом), объяснительно-оценочный (формирование суждений о медиатексте, его достоинствах в соответствии с эстетическими, моральными и др. критериями).

Вариативность, возможность целостного или фрагментарного использования творческих заданий на медиаматериале, широкий диапазон применения (вузы, учреждения дополнительного образования и т.д.) открывают широкий простор для творчества педагогов. В частности, в методике медиаобразования активно применяются технологические методы и приемы развития критического мышления, технологии активного обучения (включающие методы, стимулирующие познавательную деятельность), интерактивные технологии и др.

Как известно, приобретение знаний является активным процессом. «Граница между знанием и информацией пролегает именно по линии смысла, представляющая собой пятое измерение бытия (три координаты физического пространства, плюс время, плюс смысл), то есть хоронотоп как некоторая превращенная, аффективно окрашенная форма жизненного пространства и жизненного времени». В процессе получения информации человек использует и активизирует уже имеющиеся знания, и при этом выстраивает «расширяющиеся структуры знаний», которые связывают новые идеи с уже известными, поэтому знание всегда лично и в некотором роде уникально. Эти структуры, или схемы знаний – наше личное внутреннее представление природы мира. Объединяя их с другими схемами, мы создаем новые знания». Получение знаний, предоставляющихся человеку

посредством образования и потребление информации (например, медийной) – процессы, на первый взгляд, различные, имеющие свою специфику, особенности в сфере потребления. Вместе тем, в современных условиях постоянно растущего информационного потока эти понятия все теснее связываются друг с другом. В этой связи любая новая информация дает пищу для самостоятельного осмысления, однако сам процесс осмысления на этом не заканчивается: «знание дает мотивировку, без которой человек не может мыслить критически». Таким образом, критическое мышление становится точкой опоры, естественным способом взаимодействия с идеями и информацией: «мы стоим перед проблемой выбора информации. Необходимы умения не только овладеть ею, но и критически оценить, осмыслить, применить. Получая новую информацию, ученики должны научиться рассматривать ее с различных точек зрения, делать выводы относительно ее точности и ценности». Эта работа в медиаобразовательном контексте тесно связана с использованием основных принципов, форм и методов интерактивного обучения.

Под *интерактивным обучением* понимается «способ познания, осуществляемый в формах совместной деятельности обучающихся: все участники образовательного процесса взаимодействуют друг с другом, обмениваются информацией, совместно решают проблемы, моделируют ситуации, оценивают действия коллег и свое собственное поведение, погружаются в реальную атмосферу делового сотрудничества по разрешению проблем». Данные позиции поддерживаются и исследователями в области медиаобразования. Так, например, известный британский медиапедагог Л. Мастерман считает, что «необходимо развивать новые пути диалога, когда и учитель, и учащиеся могли учить чему-то друг друга и быть соисследователями».

Среди основных *принципов интерактивного обучения* в медиаобразовательном контексте можно выделить диалогическое взаимодействие участников учебного процесса, работу в группах на основе кооперации и сотрудничества, игровую и тренинговую организацию работы с медиапроизведениями. В соответствии с основными принципами формы и методы медиаобразовательного процесса можно представить следующим образом:

- дискуссионные: диалог, групповые и коллективные дискуссии, обсуждение произведений медиакультуры, анализ ситуаций и т.п.;
- игровые: литературно-имитационные, театрализованно-ситуативные, изобразительно-имитационные и др. игровые задания на медиаматериале;
- тренинговые, включающие дискуссионные и игровые формы работы на материале произведений медиакультуры.

Интерактивное обучение построено «на взаимодействии учащегося с учебным окружением, учебной средой, которая служит областью осваиваемого опыта». Основным источником познания становится опыт учащихся. при этом педагог не предлагает готовых решений, а побуждает

аудиторию к поиску необходимой информации, ведь «для того, чтобы научить учащихся мыслить критически, преподаватель сам должен стать критическим мыслителем, личностью, готовой к переменам и со-творчеству, со-знанию...». Таким образом, сотворчество, диалог, интеракция позволяют участникам образовательного процесса – и учащимся (студентам), и педагогу активно взаимодействовать друг с другом, обмениваться информацией при решении проблем в процессе дискуссионных, игровых и тренинговых занятий.

Список использованной литературы

1. Спичкин А.В. Что такое медиаобразование. Курган: Изд-во ин-та пов. квалификации и переподготовки работников образования, 1999. 114 с.
2. Федоров А.В. Медиаобразование: история, теория и методика. Ростов н/Д.: Изд-во ЦВВР, 2001. 708 с.
3. Федоров А.В. Медиаобразование и медиаграмотность. Таганрог: Изд-во Кучма, 2004. 340 с.
4. Халперн Д. Психология критического мышления. СПб., 2000.

ЛЕКЦИЯ № 11. ТЕХНОЛОГИЯ ПРОВЕДЕНИЯ «ТЕАТРАЛИЗОВАННО-СИТУАТИВНЫХ» МЕДИАОБРАЗОВАТЕЛЬНЫХ ЗАНЯТИЙ

План:

1. Медиаобразовательные занятия с использованием ролевых игр
2. Технология организации и последующего создания учащимися различных аудиовизуальных медиатекстов
3. Медиаторчество

1. Медиаобразовательные занятия с использованием ролевых игр

Большой интерес студентов вызывают ролевые игры на материале различных медиа. Например, на материале прессы художественная компонента медиатекстов рассматривается в процессе работы «Вузовских редколлегий», проведения «Конкурса дизайнеров» и др. Студенты активно работают над созданием собственных медиатекстов на заданные или свободные темы, иллюстрируют статьи всевозможных видов и жанров с применением разнообразных техник (от простых рисунков и коллажей до компьютерного монтажа и дизайна). В процессе медиаобразовательного занятия может быть организована ролевая игра на тему взаимоотношений одних и тех же персонажей, оказавшихся в медиатекстах разных жанров. Эта игра имеет несколько вариантов воплощения: игроки могут в процессе обсуждения гипотетически представить основные темы общения и характер взаимоотношений персонажей, попавших в разножанровые ситуации. Еще один вариант – составление диалогов от имени героев фильма, действие которого перенесено в другую историческую эпоху. Это задание, как правило, реализуется в минигруппах для того, чтобы участники могли не только составить диалог, но и представить его для всеобщего обсуждения, читая «по ролям».

Важное условие игры-драматизации – отсутствие каких-либо внешних атрибутов. Все предметы и события игрового сюжета могут быть воображаемыми или замещаются предметами обычного окружения. В сюжет игры-драматизации включаются творческие идеи и предложения самих участников. К играм данного типа на материале медиа относятся рассказ о фильме «от первого лица», инсценировки эпизодов медиатекста, театрализованные этюды и т.д. Например, в процессе выполнения цикла театрализованно-ролевых творческих заданий для анализа медийных стереотипов телевизионных рекламных медиатекстов аудитории могут быть предложены следующие задания: подготовить театрализованный этюд на тему решения одного и того же стереотипного рекламного сюжета в различных жанрах (комедия, драма, детектив и пр.); театрализованный этюд на тему спора создателей рекламного медиатекста о том, какие конкретно коды (знаки, символы и т.д.) можно использовать при его создании; театрализованный этюд на тему игры в стереотипные персонажи и ситуации: аудитория получает задания сыграть роли стереотипных персонажей в

стереотипных сюжетных ситуациях, близких к эпизодам конкретных рекламных медиатекстов («родители и ребенок», «домохозяйка и "говорящий" чистящий порошок», «сыщик и свидетель преступления», «продавец и покупатель», и т.д.). Работа идет в группах по 2-3 человека. Каждая группа готовит и осуществляет на практике свой игровой проект эпизода медиатекста.

Большое значение в реализации игровых форм работы на материале медиа имеют развивающие элементы. Скажем, игры на развитие внимания средствами и на материале произведений медиакультуры могут быть самыми разнообразными по форме и характеру. Можно, к примеру, обратить внимание ребенка на звуки, голоса, предметы, эмоциональное состояние персонажей в фильме, программе и т.д.; изменения, которые происходят одновременно со сменой кадров. Например: «Что нового появилось к концу фильма?», «Какие звуки были слышны?» и т.д. Примерами таких игр могут служить такие виды заданий, как «Фотография за окном», «Что за чем?», «Кастинг» и др.

Игровая деятельность, связанная с медиа, объединяет реальную действительность и воображение аудитории. К примеру, в ходе ролевой игры между ее участниками распределяются роли «режиссеров», «актеров», «ведущих» телевизионной программы и т.д. Играя определенную роль, участник «вживается» в какой-либо образ, например, в образ сильного, веселого, храброго или хитрого персонажа – это может быть и волшебник, и царь, и герой, и прекрасная принцесса и т.д.

В творческих играх, наиболее близких по своей сущности к ролевым, активность участников направлена на выполнение замысла, развитие сюжета. При этом активное развитие фантазии и воображения, которое происходит посредством творческой деятельности вообще, и творческой игры – в частности, играет важную роль в расширении кругозора аудитории. Таким образом, творческие игры обеспечивают участникам новую позицию – исследователя, творца, вовлекают в поисковую деятельность. Именно такие задания вызывают особый интерес аудитории, будят смекалку, воображение.

2. Технологія організації та послідовного створення учасниками різних аудіовізуальних медіатекстів

В процессе медиаобразовательных занятий на аудиовизуальном материале довольно продуктивной формой работы является создание телевизионных или кинематографических мини-сценариев. В процессе их подготовки используется весь арсенал художественных средств, который воплощается затем в постановках собственных «фильмов» и «телепрограмм». Не утратило своей актуальности и одно из традиционных творческих медиаобразовательных заданий – просмотр и анализ фрагментов медиатекстов: определение их жанровой, художественной специфики, обсуждение достоинств и недостатков, рецензирование медиаматериала. Анализ произведений медиакультуры способствует развитию эстетических и художественных способностей аудитории, содействует более полноценному медиавосприятию, развитию критического мышления. Просмотр и

коллективное обсуждение экранных медиатекстов (фильмов, телепередач и т.п.) способствует созданию атмосферы диалога, свободного обсуждения, развитию критического мышления и аргументированной оценке медиаинформации.

Творческие задания и упражнения на медиаматериале могут быть включены в ход какой-либо игры, викторины или конкурсной программы. Конкурсы, турниры, олимпиады представляют собой соревновательные формы приобщения учащихся и студентов к медиаобразовательной деятельности. Проводятся они как своеобразная проверка широты знаний аудитории. Известно, что театрализованные, ролевые игровые и творческие упражнения способствуют активизации творческого потенциала аудитории, позволяют студентам «вжиться» в роль героев медиапроизведения, лучше прочувствовать их характеры, мотивы поступков, глубину душевных переживаний. Подготовка театрализованных заданий на медиаматериале позволяет аудитории представить себя не только в образе героев конкретного аудиовизуального медиатекста, но и побывать в роли «кинокритиков», «журналистов», «режиссеров», «операторов», что, в свою очередь, позволяет проследить весь ход подготовки медиапроизведения, начиная от сценарной разработки до выхода фильма на экраны. Иными словами, «ролевые творческие задания дополняют и обогащают умения, приобретенные аудиторией во время литературно-имитационных игровых практических занятий. Помимо практического погружения в логику строения сюжета медиатекста, они способствуют раскрепощенности, общительности аудитории, делают речь студентов более свободной, активизируют импровизационные способности. К недостаткам некоторых ролевых занятий можно, вероятно, отнести достаточно длительный этап предварительной подготовки аудитории, которая требуется, чтобы войти в роль «авторов», «журналистов» и т.д.»

3. *Медиатворчество* – признанное средство художественного развития, самовыражения детей и взрослых. К примеру, занимаясь медиатворчеством, можно попытаться создать собственный фильм или виртуальный музей, в котором в качестве экспонатов будут помещены фотографии или видеохроника и т.д. Как показывает практический опыт, студенты с удовольствием занимаются съемочным процессом и демонстрируют результаты своего творческого поиска в аудитории. После просмотра подготовленных видеоматериалов проводится их обсуждение, включающее основные структурные компоненты медиатекста, соответствие готовой работы заявленному жанру, качество готового видеоматериала и т.д. Кроме того, участники творческих групп могут не только осуществлять съемочный процесс, но и организовать «рекламную компанию» – сделать своими руками киноафиши, подготовить и продемонстрировать рекламные объявления, нарисовать коллективные рисунки на темы медиатекстов, создать компьютерную презентацию собственного медиапродукта и т.д. С этой целью широко используются техники рисования, коллаж, создание

комиксов по мотивам известных произведений экранной медиакультуры, компьютерные программы и т.д.

Элементы медиаобразования все активнее используются в учебно-воспитательном процессе. Например, всем известная форма работы, применяемая учителями-предметниками, – *устный журнал* представляет собой специально подготовленную с помощью медиасредств информацию, приобщающую студентов к различным областям знаний. Выпуски такого журнала могут быть посвящены разным темам: «Информационное общество», «Компьютерная анимация», «Экология» и т.д.

Еще одной интересной формой работы на занятиях с привлечением медийных источников может стать *обзор научно-технических статей в периодической печати*. Регулярно, по мере выхода в печати того или иного научно-популярного журнала студенты знакомят аудиторию с наиболее интересными публикациями, устно или письменно (в виде рефератов или творческих работ). Эти работы затем могут быть опубликованы в стенной газете.

Аудиторный лекторий – эффективная форма активизации познавательных интересов студентов, и, одновременно, приобщения к медиаобразовательной деятельности. Для подготовки лектория группы учащихся (студентов) с помощью педагога выбирают тему выступления, подбирают видеоматериалы. Презентация таких групповых проектов, как правило, вызывает интерес у аудитории, особенно, если проводится на конкурсной основе. Данная форма работы способствует не только приобретению дополнительных знаний по учебным предметам, но и помогает каждому участнику обрести уверенность в своих силах.

Последние годы в практике вузовского медиаобразования стали все активнее проводиться *Интернет-форумы*. Данная форма работы представляет собой обмен мнениями с помощью электронных писем определенной тематики. Интернет-форумы отличаются мобильностью, возможностью осуществления обратной связи, использованием дополнительных информационных ресурсов (фотографий, видеорликов и т.д.).

Список использованной литературы

1. Загашев И.О., Заир-Бек С.И. Критическое мышление: технология развития. СПб.: Альянс «Дельта», 2003.
2. Загашев И.О., Заир-Бек С.И., Муштавинская И.В. Учим детей мыслить критически. СПб.: Альянс «Дельта», 2003.
3. Мурюкина Е.В., Чельшева И.В. Развитие критического мышления студентов педагогического вуза в рамках специализации «Медиаобразование»: учеб. пособие для вузов / отв. ред. А.В. Федоров. Таганрог: Изд-во Кучма, 2007. 162 с.
4. Федоров А.В. Медиаобразование будущих педагогов. Таганрог: Изд-во Ю.Д. Кучмы, 2005. 314 с.

ЛЕКЦИЯ № 12. ТЕХНОЛОГИЯ ПРОВЕДЕНИЯ МЕДИАОБРАЗОВАТЕЛЬНЫХ ЗАНЯТИЙ, РАССЧИТАННЫХ НА РАЗВИТИЕ СПОСОБНОСТЕЙ АУДИТОРИИ К ВОСПРИЯТИЮ И АНАЛИЗУ МЕДИАТЕКСТОВ

План:

1. Структурный анализ аудиовизуальных медиатекстов
2. Сюжетный/повествовательный анализ аудиовизуальных медиатекстов
3. Анализ медийных стереотипов

1. **Анализ медиатекста** – обязательный компонент развития медиаграмотности, ведь именно в процессе обсуждения выявляются его основные художественные особенности, определяется тема, идея, замысел авторов и актеров.

В методике проведения медиаобразовательных занятий со студентами традиционно перед просмотром фильма или программы с целью обсуждения проводится вводная беседа, в которой педагог рассказывает студентам о создателях фильма, их творчестве, обращает внимание на те моменты, которые требуют особого внимания при просмотре. Этот этап называется «установкой на восприятие». Главная цель установки – активизировать внимание юного зрителя к тому, что он будет смотреть. Вступительное слово перед просмотром позволяет детям настроиться на просмотр, узнать что-то новое об актерах, снимавшихся в фильме и т.д. Главное, чтобы при восприятии любого медиатекста у ребенка сохранился интерес и право на собственное мнение.

После просмотра фильма лучше всего, если детская аудитория выскажет свое мнение о нем, поделится своими эмоциями и чувствами. Здесь необходимо позаботиться о создании непринужденной обстановки, в которой студентам захотелось бы высказать свое мнение, поделиться впечатлениями от увиденного. Как любое обсуждение, анализ медиатекста предполагает ответы на вопросы. Обсуждение фильма, мультфильма, телепередачи – творческий процесс, который требует равноправного диалога и взаимопонимания как от ребенка, так и от взрослого.

Структурный анализ аудиовизуальных медиатекстов основан на анализе систем, отношений, форм медиакультуры, структуры медиатекстов. Медиаобразовательные занятия со студентами педагогических вузов по осуществлению структурного анализа аудиовизуальных медиатекстов могут проводиться в рамках ведения курсов «Теория медиа и медиаобразования», «История медиаобразования».

При всей справедливости критики известных реалити проектов на ТВ (по отношению к художественным, эстетическим, нравственным, мировоззренческим позициям их создателей), этот жанр нуждается в осмыслении и аргументированном критическом анализе в связи с неуклонным ростом популярности в молодежной аудитории. Именно поэтому будущим педагогам так важно уметь ориентироваться в

структурных элементах этого жанра, отслеживать взаимосвязь основных ключевых понятий медиаобразования.

Методика медиаобразовательных занятий основана на использовании циклов литературно-аналитических и изобразительно-имитационных творческих заданий. В основе творческих заданий лежит 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) и др.].

Сюжетный/повествовательный анализ (Narrative Analysis) представляет собой «анализ сюжетов, фабул медиатекстов. Сюжетный анализ тесно связан со структурным, мифологическим, семиотическим и другими видами анализа медиа и медиатекстов. Данный вид анализа медиатекста достаточно давно известен в истории зарубежной медиапедагогике и тесно связан с интеграцией кинообразования с уроками литературы. Многие учителя-словесники использовали данный вид анализа аудиовизуальных медиатекстов в работе над фильмами – экранизациями известных литературных произведений. Как правило, подобная работа была направлена на сравнение композиционных решений, развития конфликта, раскрытия основной темы и идеи произведения в кинофильме и книжном первоисточнике.

Осуществление сюжетного/повествовательного анализа медиатекстов предполагает наличие знаний у студентов таких понятий как «фабула», «сюжет», «тема», «конфликт», «композиция» и др. Эти понятия изучаются ими в процессе лекционных занятий по предметам «История медиакультуры» и «Теория медиа и медиаобразования». В процессе практических медиаобразовательных занятий на основе имеющихся знаний студенты имеют возможность выполнять различные виды творческих заданий, включающих написание заявок на сценарные разработки, инсценировки отдельных фрагментов медиатекстов, создания аннотаций и т.д. Иными словами, будущие педагоги на практике осваивают изученные ранее понятия, причем, «осваивают комплексно, неразрывно, без раздельного изучения так называемых «выразительных средств». Непосредственное участие в такого рода упражнениях имеет немаловажное значение не только для развития медиакомпетентности студентов, но также способствует освоению новых форм и методов работы, которую затем они реализуют в процессе педагогической практики в вузах, досуговых центрах, летних оздоровительных лагерях и т.п.

Сюжетный/повествовательный анализ аудиовизуальных медиатекстов может включать выполнение литературно-имитационных, театрализованно-ролевых, изобразительно-имитационных заданий на материале аудиовизуальных медиатекстов различных жанров, каждое из которых включает 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) и др.].

Анализ медийных стереотипов (Media Stereotypes Analysis) включает в себя «выявление и анализ стереотипного изображения людей, идей, событий, сюжетов, тем и т.д. в медиатекстах. Медийный стереотип отражает устоявшиеся в обществе отношения к тому или иному объекту. Под медийными стереотипами (от греческих слов stereos – твердый и typos – отпечаток) принято понимать схематичные, усредненные, привычные, стабильные представления о жанрах, социальных процессах/событиях, идеях, людях, доминирующие в медиатекстах, рассчитанных на массовую аудиторию».

О.А. Гулевич выделяет следующие методы изучения стереотипов в СМК:

- «поголовный подсчет»: подсчет количества различных персонажей, принадлежащих к разным социальным группам;
- оценка важности персонажей, принадлежащей к разным социальным группам;
- анализ сходств, отличий и взаимодействия между персонажами, сыгранными представителями социальных групп (гендерных, этнических, возрастных и т.д.).

Анализ медийных стереотипов в аудиовизуальных медиатекстах на занятиях в студенческой аудитории мы проводили на примере изучения телевизионной рекламы.

Различного рода манипуляция при помощи медийной рекламы оказывает значительное влияние на ценностную сферу индивида. Постепенно у потребителя развивается своего рода зависимость от рекламируемых предметов, которые воспринимаются им как сверхценность. Именно поэтому так важно развивать медиакомпетентность и критическое мышление у будущих педагогов, способствовать их творческому самовыражению и расширению интеллектуальной сферы.

В процессе осуществления анализа рекламного медиатекста в студенческой аудитории мы уделяли внимание изучению стереотипов, характерных для определенной сюжетной и жанровой структуры телевизионной рекламы. Существенное внимание уделялось нами и более конкретным стереотипам: фабульных ситуаций, обстановки действия медиатекста (предметы, место действия, исторический период и т.д.), характеров персонажей, их ценностей, идей, языка, мимики, жестов, одежды, приемов изображения.

Список использованной литературы

1. Гулевич О.А. Психология коммуникации. М.: Изд-во Москов. психолого-социал. ин-та, 2008. 384 с.
2. Костина А.В. Массовая культура как феномен постиндустриального общества. М.: Ком Книга, 2006. 352 с.
3. Почепцов Г.Г. Имеджелогия. М., 2001.

ЛЕКЦИЯ № 13. ТЕХНОЛОГИЯ ПРОВЕДЕНИЯ МЕДИАОБРАЗОВАТЕЛЬНЫХ ЗАНЯТИЙ, РАССЧИТАННЫХ НА РАЗВИТИЕ СПОСОБНОСТЕЙ АУДИТОРИИ К ВОСПРИЯТИЮ И АНАЛИЗУ МЕДИАТЕКСТОВ

План:

1. Семиотический анализ
2. Анализ персонажей аудиовизуальных медиатекстов
3. Автобиографический (личностный) анализ
4. Идентификационный анализ

1. Семиотический анализ (Semiological Analysis) – предполагает проведение анализа «языка знаков и символов в медиатекстах; данный анализ тесно связан с иконографическим анализом. Семиотический анализ медиатекста в учебных целях опирается на семиотическую теорию медиаобразования (Semiotic Approach, Le decodage des medias)».

Умению ориентироваться в медиaprостранстве, находить необходимую информацию, развитию способности к полноценному восприятию, оценке медиатекстов, пониманию социокультурного и политического контекста функционирования медиа в современном мире, кодовых и репрезентативных систем, используемых медиа и посвящены медиаобразовательные занятия, основным материалом для которых стали фильмы военной тематики.

Семиотический анализ аудиовизуальных медиатекстов предполагает выполнение студентами литературно-аналитических, театрализованно-ролевых, изобразительно-имитационных творческих заданий, включающих 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) и др.

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

В процессе медиаобразовательных занятий нами используются различные по тематике и жанровой специфике аудиовизуальные медиатексты. При изучении медиаобразовательных курсов студенты знакомятся не только с жанрами и видами медиа, их художественными особенностями, но и изучают творчество мастеров отечественного и зарубежного экрана.

Работа над данным фильмом строилась нами следующим образом. На первом этапе медиаобразовательного занятия – вступительное слово, так называемая «установка на восприятие». На данном этапе педагогом ставится основная цель и задачи занятия, студенты знакомятся с новой информацией об авторах медиатекста, включая краткий обзор их творчества и т.д. В результате проведения данного этапа достигается главная цель установки на

восприятие – заинтересовать аудиторию и способствовать ее включенности в медиаобразовательный процесс.

Коммуникативный этап включает в себя непосредственное восприятие медиатекста или его частей; свободную дискуссию по теме медиаматериала; проблемные вопросы, предлагаемые педагогом; моделирование педагогических ситуаций и т.д.

Анализ медиатекста предполагает решение целого комплекса 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.

На данном этапе занятия студенты выполняют ряд творческих заданий: литературно-имитационных, театрализованно-ролевых, изобразительно-имитационных. Каждое из этих заданий включает 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*).

3. Автобиографический (личностный) анализ (*Autobiographical Analysis*) – сопоставление своего жизненного опыта (событий личной жизни, проявлений своего характера в различных ситуациях) с жизненным опытом персонажей медиатекстов. Данный аналитический подход опирается на ассоциативную память человека (эффект «вспышек памяти») и помогает аудитории критически понять влияние медиакультуры на развитие личности человека, способствует развитию медиакомпетентности». То есть механизм воздействия аудиовизуального медиатекста, который содержит определенные автобиографические сходства со зрителем/читателем, примерно следующий: сопоставление жизненного опыта аудитории с событиями, происходящими в фильме, телепередаче и т.д., придает анализу медиатекста личностный смысл, а активизации внимания аудитории к аналитической работе над аудиовизуальным медиатекстом способствует идентификация с персонажами («такими, как я сам»).

Вместе с тем, «учитывая, что восполнение человеком недостающих ему в реальной жизни чувств и переживаний абсолютно закономерно, автобиографический анализ на медиаобразовательных занятиях связан также с терапевтическим эффектом и феноменом компенсации».

Автобиографический (личностный) анализ аудиовизуальных медиатекстов возможен на примере фильмов и телевизионных журналов студенческой тематики. Этот выбор был обусловлен тем, что студенты еще совсем недавно были студентами, и впечатления от различных событий и ситуаций, в которые они попадали в юношеском возрасте, еще достаточно свежи в их памяти.

Вторая существенно важная причина выбора такого аудиовизуального медиаматериала, как аудиовизуальные произведения медиакультуры на темы

студенческой жизни, – профессиональная направленность медиаобразовательных занятий. От того, насколько компетентно будущие педагоги, которым предстоит через несколько лет работать в образовательных учреждениях различного типа, смогут разобраться в сложных перипетиях взаимоотношений студентов, особенностях их характеров и чувств, во многом будет зависеть успешность всего учебно-воспитательного процесса.

Автобиографический (личностный) анализ аудиовизуальных медиатекстов на занятиях в студенческой аудитории включает различные творческие задания, «активизирующие критическое и творческое мышление студентов, способствующие развитию медиакомпетентности»

4. Идентификационный анализ (Identification Analysis) – «распознавание/идентификация скрытых сообщений в медиатекстах, т.к. медиаагентства часто предлагают упрощенные решения сложных проблем». Безусловно, среди произведений клиповой культуры есть и высокохудожественные произведения медиаискусства, и откровенно китчевые, низкопробные поделки. В процессе наших занятий со студентами мы предприняли попытку разобраться в пестром разнообразии мелькающих на экране картинок, сопровождающихся популярными мелодиями (художественная ценность последних таюже далеко неравнозначна).

Большинство современных клипов построено на сюжете, сопоставимом с кинематографическими жанрами: здесь можно встретить и мелодраматические истории, и детективы, и вестерны, и фильмы «ужасов», и комедии... В отличие, скажем, от фильма или телевизионного сериала, события клипа развиваются очень стремительно: от завязки до решения основного конфликта проходят считанные минуты. Но и в это короткое время авторам медиатекста удается вложить в него определенный смысл, определенные символы, «коды», понять которые мы и попытаемся в процессе осуществления идентификационного анализа аудиовизуальных медиатекстов.

Идентификационный анализ предполагает выполнение студентами ряда творческих заданий: литературно-аналитических, театрализованно-ролевых, изобразительно-имитационных.

Список использованной литературы

1. Гулевич О.А. Психология коммуникации. М: Изд-во Москов. психолого-социал. ин-та, 2008. 384 с.
2. Костина А.В. Массовая культура как феномен постиндустриального общества. М.: Ком Книга, 2006. 352 с.
3. Почепцов Г.Г. Имеджелогия. М., 2001.

ЛЕКЦИЯ №14. ТЕХНОЛОГИЯ ОРГАНИЗАЦИИ ДИСКУССИОННЫХ МЕДИАКЛУБОВ

План:

1. Анализ произведений медиакультуры
2. Принципы дискуссионных медиаклубов
3. Игры на материале медиа в дискуссионных клубах

1. **Анализ произведений медиакультуры.** В процессе анализа произведений медиакультуры широко применяются *дискуссионные методы*, которые могут осуществляться в форме «мозгового штурма», анализа жизненных ситуаций и т.п. По степени педагогического управления различают свободные, не контролируемые ведущим, и направляемые дискуссии. Дискуссия – достаточно сложная форма работы, требующая тщательной подготовки и организации. Выделяют несколько этапов организации дискуссии в классе или студенческой аудитории:

1) утверждение. Это способ отреагировать, подтвердить понимание или выразить недоумение по поводу сказанного. Утвердительные фразы звучат менее жестко, чем вопросы, и поэтому часто побуждают к более свободному ответному высказыванию;

2) вопросы. Аудитория с большим энтузиазмом обсуждает свои вопросы, а не вопросы учителя. Поэтому необходимо всячески их на эти вопросы провоцировать: «Так что можно спросить по содержанию этого текста?», «Чего мы пока не коснулись в нашем обсуждении?», «Что осталось неясным?», «С чем вам хотелось бы согласиться?», «... не согласиться?»;

3) сигналы. Поскольку комментарий педагога зачастую оказывается чересчур весомым, лучше руководить дискуссией с помощью жестов и сигналов, и ничего не произносить вслух. Недоуменное выражение лица учителя для учащихся сигнал: требуется разъяснение. Руки, как бы взвешивающие два предмета («что перетянет») подают сигнал учащимся сравнить предложенные идеи и решить, с какой из двух они согласны. Выражение доброжелательной заинтересованности ободряет ученика, который с трудом подыскивает слова; чтобы выразить свои мысли;

4) молчание. Когда вопрос задан, нужно дать время на размышление. Молчание, длящееся три, четыре или пять секунд, – могучий стимул заполнить паузу. Если ее не заполняет учитель, добровольцы найдутся наверняка.

Для того чтобы дискуссия была эффективной, ее участникам необходимо обладать определенными знаниями по обсуждаемой проблеме. Очень важным условием организации дискуссии является создание доброжелательной обстановки во время обсуждения, позволяющей всем участникам открыто высказывать свою точку зрения. Заинтересованное, эмоциональное обсуждение ведет к осмысленному усвоению новых знаний, а активное участие раскрепощает ее участников, развивает коммуникативные навыки, формирует уверенность в себе. Кроме того, в ходе дискуссии

медиапедагог получает объективную картину того, насколько хорошо учащиеся (студенты) понимают обсуждаемые вопросы.

При организации дискуссии педагогу необходимо выбрать и сформулировать ее тему, определить продолжительность, наметить основные вопросы для обсуждения. В процессе дискуссии педагог выполняет роль консультанта, обобщает высказанные мнения, задавая по мере необходимости наводящие и уточняющие вопросы, делает выводы и заключения. К примеру, после просмотра фильма в студенческой аудитории возможно осуществление автобиографического анализа (см. параграф 4.3), в процессе которого студенты соотносят события, происходящие в аудиовизуальном медиатексте со своим жизненным опытом, моделируют жизненные ситуации на основании событий, которые происходили с ними в жизни.

Творческие задания и упражнения на медиаматериале могут быть включены в ход какой-либо игры, викторины или конкурсной программы. Конкурсы, турниры, олимпиады представляют собой соревновательные формы приобщения учащихся и студентов к медиаобразовательной деятельности. Проводятся они как своеобразная проверка широты знаний аудитории. Известно, что театрализованные, ролевые игровые и творческие упражнения способствуют активизации творческого потенциала аудитории, позволяют студентам «вжиться» в роль героев медиапроизведения, лучше прочувствовать их характеры, мотивы поступков, глубину душевных переживаний. Подготовка театрализованных заданий на медиаматериале позволяет аудитории представить себя не только в образе героев конкретного аудиовизуального медиатекста, но и побывать в роли «кинокритиков», «журналистов», «режиссеров», «операторов», что, в свою очередь, позволяет проследить весь ход подготовки медиапроизведения, начиная от сценарной разработки до выхода фильма на экраны. Иными словами, «ролевые творческие задания дополняют и обогащают умения, приобретенные аудиторией во время литературно-имитационных игровых практических занятий. Помимо практического погружения в логику строения сюжета медиатекста, они способствуют раскрепощенности, общительности аудитории, делают речь студентов более свободной, активизируют импровизационные способности. К недостаткам некоторых ролевых занятий можно, вероятно, отнести достаточно длительный этап предварительной подготовки аудитории, которая требуется, чтобы войти в роль «авторов», «журналистов» и т.д.»

2. Принципы дискуссионных медиаклубов. Среди основных принципов дискуссионного клуба в медиаобразовательном контексте можно выделить диалогическое взаимодействие участников учебного процесса, работу в группах на основе кооперации и сотрудничества, игровую и тренинговую организацию работы с медиапроизведениями. В соответствии с основными принципами формы и методы медиаобразовательного процесса можно представить следующим образом:

- дискуссионные: диалог, групповые и коллективные дискуссии, обсуждение произведений медиакультуры, анализ ситуаций и т.п.;
- игровые: литературно-имитационные, театрализованно-ситуативные, образовательно-имитационные и др. игровые задания на медиаматериале;
- тренинговые, включающие дискуссионные и игровые формы работы на материале произведений медиакультуры.

Диалогическое взаимодействие, как известно, является одним из основных принципов интерактивного обучения. Диалог предполагает активный обмен информацией, является совместной творческой деятельностью, обладающей огромным познавательным, воспитательным и развивающим потенциалом: «в проблематике образования диалог рассматривается как цель, результат и содержание образования, способ познания действительности и дидактико-коммуникативная среда, обеспечивающая рефлексию и самореализацию личности»].

Необходимым условием успешности диалога является готовность к нему студента и самого педагога. Организация диалогического взаимодействия предполагает серьезную работу, требующую от педагога открытости, преодоления собственных стереотипов, толерантности, позитивного принятия личности каждого ученика. В.В. Сериков выделил следующие условия введения учащихся в ситуацию диалога:

- «определение готовности учащихся к диалогическому общению, то есть наличия у них базовых знаний, опыта общения, установки на изложение собственных взглядов и положительного восприятия иного мнения;
- выявление «опорных мотивов», т.е. волнующих учащихся вопросов и проблем, которые прямо или косвенно затрагиваются в ходе диалога;
- переработку учебного материала в систему проблемно-конфликтных вопросов;
- продумывание различных вариантов развития диалога;
- проектирование способов взаимодействия участников дискуссии, их возможных ролей («оппонент», «критик», «эксперт» и т.п.);
- предвидение результатов дискуссии, в том числе и возможных «тупиков» в развитии спора».

Преимущества интерактивных форм и методов работы с медиаинформацией (перед, скажем, репродуктивными), очевидны. Во-первых, интерактивные методы дают возможность интенсифицировать процесс понимания, усвоения и творческого применения полученных знаний об изучаемом медиапроизведении и его авторах: активного включения в процесс не только получения, но и непосредственного их использования в дальнейшей учебной деятельности. Во-вторых, интерактивные методы способствуют мотивации и вовлеченности участников в процесс совместного решения проблемы, творческого поиска. Это способствует поисковой активности аудитории, создает ситуацию успеха, творческого сотрудничества. Безусловно, данные позиции наряду с возможностями освоения нового опыта деятельности, общения, окружающей

действительности способствуют результативности и эффективности интерактивного обучения в процессе медиаобразования.

3. Игры на материале медиа в дискуссионных клубах

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 медиainформации. Игроки разбиваются на пары. Каждой паре предлагается определенная тема, например, «Новые компьютерные игры», «Почему вредно долго смотреть телевизор?», «Медиа и учеба в вузе» 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.

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.

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, фотомодель 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 видеомагнитофон 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.

Музыкальные редакторы .– игра, направленная на развитие эстетического вкуса, полноценного восприятия 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 из домашней фонотеки. Задача «музыкальных редакторов» состоит в подборе наиболее удачного музыкального сопровождения к видеофрагментам.

Выпуск новостей. Эта ролевая игра – импровизация способствует ознакомлению учащихся с профессиями в сфере медиа, а также развивает творческое воображение и фантазию. На время игры каждая команда превращается в «репортеров», «телеведущих», «специальных корреспондентов» и т.д. «Выпуски новостей» могут быть посвящены самым разным темам: семье, рассказам о новостях из жизни друзей или о походе в театр и т.д. Какая бы тема ни была выбрана для выпуска, главное, чтобы новости были актуальными, правдивыми и интересными.

Журналисты – еще одна игра-импровизация, направленная на развитие речи, фантазии и творческого воображения. Каждому играющему выдается свой порядковый номер.

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.

Список использованной литературы

1. Гулевич О.А. Психология коммуникации. М: Изд-во Москов. психолого-социал. ин-та, 2008. 384 с.
2. Костина А.В. Массовая культура как феномен постиндустриального общества. М.: Ком Книга, 2006. 352 с.
3. Почепцов Г.Г. Имеджелогия. М., 2001.

ЛЕКЦИЯ № 15. ТЕХНОЛОГИЯ ОРГАНИЗАЦИИ МЕДИАТЕК И МЕДИАЦЕНТРОВ

План:

1. Актуальность создания медиатек
2. Структура медиатеки
3. Требования к составу фонда медиатеки

1. Актуальность создания медиатек

В культурных учреждениях в стране и за рубежом в последние десятилетия прослеживается устойчивая тенденция к расширению комплекса технических средств и средств информации именно на базе библиотек. Наряду с книгой фонды библиотек пополняются видеоматериалами, компьютерными программами, базами данных и пр., а сами библиотеки оснащаются соответствующим оборудованием и аппаратурой. Постепенное нарастание процесса интеграции и координации традиционной библиотеки и использование нетрадиционных для нее технических средств и средств информации, наиболее интенсивно протекающее зарубежом, часто меняет её название: центр обучения, центр документации, медиатека, центр знаний, центр средств информации, медиатека и др.

Термин «медиатека» используется прежде всего для того, чтобы подчеркнуть новые формы услуг с включением нетрадиционных для библиотек средств информации, аппаратуры, предоставляемых современной библиотекой. «Медиа» — это не только аппаратные устройства, но и носители информации, которые хранятся и распространяются отдельно от аппаратных устройств, а кроме того, собственно информация. В такой трактовке «медиа» и термин «медиатека» приобретает совершенно определенное значение.

Медиатека - структурное подразделение, которое включает совокупность фонда книг и разнообразных технических и информационных средств; располагает комплексом оборудования и мебели для хранения книг, информационных и технических средств, читальным залом с различными рабочими зонами, где созданы благоприятные условия для индивидуализации и развития творческих способностей. Представляет многокомпонентную информационно-педагогическую среду, медиатека является таким структурным подразделением, в котором присутствуют следующие элементы её эффективного функционирования: фонд средств информации и технические средства для её использования, оборудование и мебель; помещения для успешной самостоятельной работы с информацией и техническими средствами; сотрудники, способные обеспечить работу аппаратуры.

Медиатека (библиотечный медиатека, центр информации) - структурное подразделение, которое включает в себя информационные и технические средства (книги, кино- и видеоматериалы, компьютерные программы и т.д.). Имеет целью создание благоприятных условий индивидуализации, развития творческих способностей учащихся, способствует познавательной, коммуникативной и креативной деятельности.

Пользователи медиатеки имеют возможность работать с информационным материалом, пользуясь имеющимися техническими средствами, создавать собственные средства информации. Медиатека организуется чаще всего на базе библиотеки.

2. Структура медиатеки

Интерактивный зал

Современные интерактивные залы позволяют эффективно применять новейшие достижения в информационных технологиях.

Используется интерактивная доска: комплект электронных карандашей позволяет проводить занятия (лекцию, семинар, конференцию) в обычном режиме, применяя различные компьютерные программы, создавая всевозможные схемы, рисунки, записи, видео, редактируя заранее подготовленные материалы. При этом открываются новые возможности для использования в качестве иллюстративного материала любых цифровых ресурсов.

При этом появляются возможности для использования видео, аудио и графической информации, компьютеризации процесса информации с использованием ресурсов, которые размещены на главном сервере заведения, а также в сети Интернет.

Мультимедийный зал

Наличие современного мультимедийного зала подчеркивает престижность города, но и помогает решать множество задач, в том числе в образовательном процессе. При использовании проекционного оборудования удастся значительно повысить результативность обучения, наглядность представляемой информации, а разнородная информация в больших объемах воспринимается значительно легче.

Такой зал оборудуется проекционным экраном большого размера и мультимедийным проектором. Автоматизированное рабочее место библиотекаря-консультанта комплектуется мультимедиа-стереосистемой. Главное в мультимедийном зале - не наличие компьютеров, иначе получился бы обычный компьютерный зал. Все дело в дополнительном оборудовании и специализированном программном обеспечении, которое позволит по-новому оценить возможности использования компьютеров.

В мультимедийном зале библиотекарь сможет демонстрировать информацию, пользуясь разнообразными источниками: компьютерными данными, видеоматериалами, печатными оригиналами и т.д. При этом может использоваться звуковое сопровождение, демонстрироваться обучающие видеофильмы. На базе мультимедийного зала могут изучаться иностранные языки, информатика, проводиться различные презентации, конференции

Лингафонный зал

Лингафонный зал представляет собой специальную аудиторию, оборудованную комплексом звукотехнической, проекционной и кинопроекционной аппаратуры, которая позволяет при помощи аудиовизуального метода создавать оптимальные условия для изучения иностранных языков и самостоятельной работы пользователей.

Зал может предоставляться в аренду репетиторам.

Более эффективному взаимодействию между преподавателями и студентами (учащимися) способствует применение современных лингафонных кабинетов, оборудованных новейшими комплексами звукотехнической и проекционной аппаратуры. Благодаря аудиовизуальному методу создаются самые оптимальные условия, позволяющие каждому индивидуально овладеть культурой языка и навыками неродной речи.

При этом у преподавателя появляется возможность не только одновременно пользоваться несколькими учебными программами, но и организовывать самостоятельную работу, а также вести контроль за работой каждого учащегося по индивидуальным планам. Ученики (студенты) могут быть попарно соединены для диалогов, а преподаватель сможет участвовать в их беседах, записывая речь и комментируя видеоизображения или звукозаписи. Преподаватель легко сможет в форме диалога общаться как с выбранной группой, так и со всей аудиторией (классом) или в индивидуальном порядке с любым из учеников. Оборудование лингафонного зала позволяет записывать речь учащихся и возможность воспроизведения записи с последующим анализом.

Возможно оборудование цифровых и мобильных лингафонных залов, начинку которых составляет сложная мультимедийная техника.

Компьютерный зал

Компьютерные залы еще совсем недавно выполняли функцию ознакомления с персональным компьютером и обучения навыкам работы с ним.

В наши дни современные компьютерные залы в первую очередь используются для группового обучения, проведения тестирования и всевозможных тренингов, самостоятельной работы, работе в Интернет, с электронными базами данных.

Система контроля доступа

Системы контроля доступа (электронные проходные) в наши дни стали неотъемлемой частью интегрированных систем безопасности.

Подобные системы позволяют упорядочить, регламентировать и/или ограничить доступ в организацию, фиксируя всю информацию о посещениях.

Система звукового оповещения

Системы звукового/речевого оповещения предназначены для своевременного информирования работников и посетителей учреждения. Позволяют автоматически оповещать и руководить эвакуацией в случае чрезвычайной ситуации, проводить голосовое оповещение по микрофону, транслировать заранее записанные сообщения или музыку в фоновом режиме. Такими системами оборудуются многоэтажные, а также имеющие большую площадь здания: вузы и другие учебные заведения, банки, офисные центры, предприятия и т.д.

Современные системы звукового/речевого оповещения при возникновении чрезвычайной ситуации доводят информацию по предварительно запрограммированным зонам с целью проведения эвакуации

и предотвращения паники. Прежде всего заранее записанными голосовыми сообщениями оповещаются руководящий состав и персонал, а затем - посетители. Оператор в любой момент может внести изменения в работу системы. В нормальной ситуации система оповещения служит для трансляции музыки или рекламных объявлений. При необходимости работа системы может охватывать территорию, прилегающую к зданию.

Сегодня наличие в зданиях с большим количеством людей систем оповещения регламентировано требованиями соответствующих государственных органов.

Системы видео-наблюдения

Системы видео-наблюдения в наши дни стали самым популярным средством технической безопасности. Правильно организованное видео-наблюдение позволяет контролировать и фиксировать любые ситуации, в том числе и возможные происшествия.

Системы видеонаблюдения сегодня становятся самым действенным средством, обеспечивающим надежную безопасность, создавая при этом нормальные условия для пользователей.

Лазерный тир

Интерактивные лазерные тир в наши дни все чаще приобретают многие современные общеобразовательные учреждения и детские военно-патриотические клубы, используя их на занятиях по начальной военной подготовке. Такой тир представляет собой обучающий комплекс, в котором есть все возможности для изучения материальной части стрелкового оружия (автомата Калашникова или пистолета Макарова) и мер безопасности при обращении с ним, обучения начальной стрелковой подготовке, а также проводить имитацию стрельб. Для размещения комплекса достаточно помещения обычного класса. В основе работы лазерного тира - отображение мишени на экране, которое передается при помощи мультимедийного проектора. В качестве оружия используются макеты боевого оружия со специальными лазерными излучателями.

Все пользователи с удовольствием примут участие в организованных соревнованиях по стрельбе. Они станут не только интересным, но и полезным развлечением, ведь при этом будет развиваться глазомер и тренироваться руки. А сколько воспоминаний останется на долгие годы! Еще одно отличие лазерных тиров - в их безопасности: здесь не бывает несчастных случаев, поскольку речь идет лишь об имитации стрельбы.

3. Требования к составу фонда медиатеки

Поскольку медиатека выполняет широкие функции в информационном обеспечении, в развитии креативных способностей и познавательных интересов жителей города, состав ее информационных и технических средств разнообразен. Роль сотрудника медиатеки состоит в том, чтобы координировать отбор, организацию и использование этих средств.

Книга — базисная опора медиатеки. Вместе с другими традиционными средствами: газетами, журналами - она представляет важное средство для работы.

В медиатеке собирается справочная и энциклопедическая, художественная и учебная литература, литература по праву и экономике. Книга входит в состав фонда вместе с фоно-, магнито- и видеоматериалами, компьютерными средствами и пр.

Информация, содержащаяся в периодических изданиях, может использоваться как эффективное средство в исследовательской работе, но долго хранить периодику в медиатеке не представляется возможным. Целесообразно необходимую информацию из периодических изданий оцифровывать.

Целесообразно в фонде наличие звукозаписей, которые могут быть нескольких видов: исполнение художественных и музыкальных произведений, выступления писателей, ученых, политических деятелей и деятелей искусства и культуры, рассказы очевидцев и участников событий, инсценировки литературных произведений и пр.

Список использованной литературы

1. Гулевич О.А. Психология коммуникации. М: Изд-во Москов. психолого-социал. ин-та, 2008. 384 с.
2. Костина А.В. Массовая культура как феномен постиндустриального общества. М.: Ком Книга, 2006. 352 с.
3. Почепцов Г.Г. Имеджелогия. М., 2001.
- Дворко Н.И. Основы режиссуры мультимедиа-программ. СПб., 2005.
2. Деникин А.А. Мультимедиа и искусство: от мифов к реалиям. Художественная культура/Выпуск №1 (6),2013. <http://sias.ru/magazine/vypusk-6-2013/yazyki/843.html>
3. Каптерев А.И. Мультимедиа как социокультурный феномен. – М.:ИПО Профиздат, 2002. – 224 с.
4. Шлыкова О.В. Культура мультимедиа. Уч. пособие для студентов/МГУКИ.

ЛЕКЦИЯ № 16. ТЕХНОЛОГИЯ ОРГАНИЗАЦИИ МЕДИАТЕК И МЕДИАЦЕНТРОВ

План:

2. Комплекс технических средств
3. Типы медиапродукции в медиатеках: электронные книги
4. Типы медиапродукции в медиатеках: мультимедиа

1. Комплекс технических средств

Оборудование отображения визуальной информации

Для комфортного и адекватного восприятия визуальной информации присутствующими в зале применяемые для ее воспроизведения технические средства должны соответствовать размерам помещения, количеству зрителей и характеру демонстрируемого материала. В большинстве случаев предпочтительно использовать систему прямой проекции с широкоформатным экраном и проектором с высоким световым потоком. В зависимости от конфигурации помещения иногда целесообразно применение системы обратной проекции, видеостены или нескольких проекторов и экранов. В состав системы отображения информации также должны входить средства воспроизведения видео и графических информационных материалов. Если предполагается демонстрация киноматериалов, зал нужно оснастить цифровой кинопроекционной аппаратурой. Удобным инструментом для работы докладчика являются интерактивные дисплеи, устанавливаемые непосредственно на трибуне или на столе президиума. С помощью такого дисплея докладчик может самостоятельно управлять презентацией, а также оставлять графические комментарии по ходу выступления.

Оборудование озвучивания

Основное и безусловное требование к системе озвучивания - одинаково четкое и разборчивое воспроизведение речевой информации во всех уголках зала. Проведение конференций значительно упрощают конференц-системы с поддержкой различных функций: регистрации участников, синхроперевода, голосования и т. д. Концертные и развлекательные мероприятия, как правило, требуют применения мощных средств звукоусиления с широкими возможностями подключения внешних источников сигналов. Для воспроизведения видео и кинофильмов с многоканальным звуковым сопровождением потребуются процессоры декодирования соответствующих сигналов и акустические системы звукового окружения, размещённые согласно рекомендациям производителей и разработчиков.

Видеоборудование

В конференц-зале могут потребоваться и средства видеосъёмки. В зависимости от того, в каких целях она применяется (простое документирование событий, видеотрансляция мероприятия, архивная запись, художественная съёмка), необходимый набор оборудования может варьироваться от стационарной видеокамеры с небольшим разрешением и

устройства видеозаписи до аппаратно-студийного комплекса с несколькими профессиональными видеокамерами и станциями нелинейного видеомонтажа. В состав видеоборудования могут также входить приборы для организации видеоконференций: терминалы видеоконференцсвязи и видеосерверы.

Коммутационное оборудование

Коммутационное оборудование предназначено для объединения оборудования в целостную функционально гибкую систему и подключения дополнительных источников видео- и звукового сигналов. Коммутационное оборудование - это коммутаторы, переключатели, интерфейсы и коммутационные боксы, а также соединительные кабели. Современные решения предполагают коммутацию в цифровых стандартах и передачу видео- и аудиосигналов по оптоволоконным линиям. В этом случае обеспечивается наибольшая помехозащищенность и стабильность качества сигналов.

2. Типы медиaproдукции в медиатеках: электронные книги

Электронная книга — версия книги в электронном (цифровом) виде. Данный термин применяется как для произведений, представленных в цифровой форме, так и в отношении устройств, используемых для их прочтения.

В англоязычных странах наряду с термином e-book для обозначения цифровых версий книг, для хранения которых используются открытые форматы, основанные на простых текстовых файлах, используется также термин e-text (англ. электронный текст). Электронными текстами называются и учебные электронные пособия, в состав которых, помимо текста, включаются растровые изображения, примеры данных, упражнения, специально написанные комментарии и ответы на возможные вопросы.

Форматы. Электронные книги могут распространяться в файлах различных форматов, в частности:

- простой текст (plain text).
- текстовые с оформлением — HTML, открытый формат электронных книг Electronic Publication (.epub), (OPF FlipBook), OpenDocument, SGML, XML, FictionBook (.fb2), TeX, PDF, Microsoft HTMLHelp (.chm), eReader (.lit), PostScript (.ps, .eps), ExeBook, Mobipocket (.prc) и др.;
- графические растровые — TIFF, JPEG, DjVu и т. п.;
- мультимедиа книги — SWF, EXE, мультимедиа книга, аудиокниги и т. п.;

Книги в формате java-мидлетов для мобильных устройств, таких как сотовые телефоны с поддержкой java (J2ME), КПК.

Книги в виде приложений под определённую операционную систему, включающие в себя, помимо самого содержания книги, ещё и специализированную программу просмотра. Как правило, содержат средства, препятствующие копированию содержимого книги и его просмотра отдельно от этой программы-оболочки.

Файлы некоторых форматов (OpenDocument, FictionBook, PostScript, PDF, MS Word DOC и др.) помимо текста могут содержать и растровые или векторные изображения.

Файлы современных электронных книг мультимедиа книга помимо текста содержат несколько каналов восприятия: звуковой-музыкальный, изобразительно-динамический (фотографии и галереи) и интерактивно-ментальный.

Преимущества

- компактность и портативность (возможность хранения на электронных, оптических и т. п. носителях десятков и сотен тысяч книг);
- возможность полнотекстового поиска (если текст книги распознан или набран);
- возможность быстрого и простого изменения гарнитуры и кегля шрифта;
- возможность прослушать (англ. text-to-speech, аудиокнига) текст книги;
- возможность чтения книг при низком уровне освещенности (на устройствах с подсветкой);
- низкая стоимость распространения (часто распространение бесплатно как для отправителя, так и для адресата);
- многие электронные книги бесплатны для читателя;
- немедленное получение книги (для получения бумажной книги необходимо добраться до магазина или дожидаться присылки);
- значительно короче время на издание по сравнению с бумажными книгами (для сравнения: неделя для электронной книги и полгода для бумажной);
- экологичность — не расходуется древесина.

Недостатки

- отсутствие эстетической составляющей, выраженной в материальном носителе и элементах оформления;
- зависимость от наличия электронных устройств;
- потенциальная несовместимость с новым аппаратным или программным обеспечением (во избежание этого используют простые или стандартизированные открытые форматы);
- экраны некоторых устройств быстро переутомляют глаза;
- разрешение экранов большинства устройств на сегодня таково, что «качество изображения» на них пока несколько хуже, чем у бумажного аналога;
- время работы переносного устройства ограничено емкостью батареи:
- значительные неудобства вызывает перевод в такой формат бумажных изданий с большим количеством крупных иллюстраций (например, работы по истории искусства, фотоальбомы, сборники карт и пр.);
- при распространении электронных книг к ним иногда применяются пользовательские соглашения и DRM, что позволяет сделать их

для читателя даже менее удобными, чем бумажные: например, запретить одалживание, привязать к одному устройству (или указать, какие книги можно читать с помощью этого устройства), уничтожить анонимность при покупке и приватность при чтении.

3. Типы медиапродукции в медиатеках: мультимедиа

Мультимедиа — интерактивная [уточнить] система, обеспечивающая одновременное представление различных медиа — звук, анимированная компьютерная графика, видеоряд. Например, в одном объекте-контейнере (англ. container) может содержаться текстовая, аудиальная, графическая и видеоинформация, а также, возможно, способ интерактивного взаимодействия с ней.

Термин мультимедиа также, зачастую, используется для обозначения носителей информации, позволяющих хранить значительные объемы данных и обеспечивать достаточно быстрый доступ к ним (первыми носителями такого типа были Компакт-диски). В таком случае термин мультимедиа означает, что компьютер может использовать такие носители и предоставлять информацию пользователю через все возможные виды данных, такие как аудио, видео, анимация, изображение и другие в дополнение к традиционным способам предоставления информации, таким как текст.

Мультимедийные презентации могут быть проведены человеком на сцене, показаны через проектор или же на другом локальном устройстве воспроизведения. Широковещательная трансляция презентации может быть как «живой», так и предварительно записанной. Широковещательная трансляция или запись могут быть основаны на аналоговых или же электронных технологиях хранения и передачи информации. Стоит отметить, что мультимедиа в онлайн может быть либо скачана на компьютер пользователя и воспроизведена каким-либо образом, либо воспроизведена напрямую из интернета при помощи технологий потоковой передачи данных. Мультимедиа, воспроизводимая при помощи технологий потоковой передачи данных может быть как «живая», так и предоставляемая по требованию.

Мультимедийные игры — такие игры, в которых игрок взаимодействует с виртуальной средой, построенной компьютером. Состояние виртуальной среды передается игроку при помощи различных способов передачи информации (аудиальный, визуальный, тактильный). В настоящее время все игры на компьютере или игровой приставке относятся к мультимедийным играм. Стоит отметить, что в такой тип игр можно играть как в одиночку на локальном компьютере или приставке, так и с другими игроками через локальную или глобальную сети.

Различные форматы мультимедиа данных возможно использовать для упрощения восприятия информации потребителем. Например, предоставить информацию не только в текстовом виде, но и проиллюстрировать ее аудиоданными или видеоклипком. Таким же образом современное искусство может представить повседневные, обыденные вещи в новом виде.

Лазерное шоу — «живое» мультимедиа представление

Различные формы предоставления информации делают возможным интерактивное взаимодействие потребителя с информацией. Онлайн мультимедиа все в большей степени становится объектно-ориентированной, позволяя потребителю работать над информацией, не обладая специфическими знаниями. Например, для того, чтобы выложить видео на YouTube или Яндекс. Видео, пользователю не требуется знаний по редактированию видео, кодированию и сжатию информации, знаний по устройству web-серверов. Пользователь просто выбирает локальный файл и тысячи других пользователей видеосервиса имеют возможность просмотреть новый видеоролик.

Мультимедийный Интернет-ресурс – Интернет-ресурс, в котором основная информация представлена в виде мультимедиа. Это современный и очень удобный механизм, который не заменяет собой выполнение классических функций, а дополняет и расширяет спектр услуг и новостей для посетителей.

Для мультимедийных Интернет-ресурсов характерно:

Могут содержать различные виды информации (не только текстовую, но и звуковую, графическую, анимационную, видео и т.д.)

Высокая степень наглядности материалов.

Поддержка различных типов файлов: текстовых, графических, аудио и видео.

Возможность использования для продвижения творческих работ в области различных видов искусств.

Ресурс этого типа дает возможность быстро сообщать о событиях, которые организуются, демонстрировать обзорный взгляд на сферу, учреждение или творческий коллектив, налаживать обратную связь со своими посетителями, раскрывать цели и материалы, используя современные механизмы представления информации и способствовать узнаванию представленного объекта посредством сети Интернет.

Список использованной литературы

1. Дворко Н.И. Основы режиссуры мультимедиа-программ. СПб., 2005.
2. Деникин А.А. Мультимедиа и искусство: от мифов к реалиям. Художественная культура/Выпуск №1 (6), 2013. <http://sias.ru/magazine/vypusk-6-2013/yazyki/843.html>
3. Каптерев А.И. Мультимедиа как социокультурный феномен. – М.: ИПО Профиздат, 2002. – 224 с.
4. Шлыкова О.В. Культура мультимедиа. Уч. пособие для студентов/МГУКИ. М.: ФАИР-ПРЕСС, 2004

ЛЕКЦИЯ № 17. ОСНОВНЫЕ ТЕХНОЛОГИЧЕСКИЕ ПРИНЦИПЫ МЕДИАОБРАЗОВАНИЯ В ЗАРУБЕЖНЫХ СТРАНАХ

План:

1. Анализ теории и практики медиаобразования в разных странах: протекционистская теория
2. Анализ теории и практики медиаобразования в разных странах: этическая теория
3. Анализ теории и практики медиаобразования в разных странах: «теория развития «критического мышления»»

1. Анализ теории и практики медиаобразования в разных странах.

Здесь и далее в квадратных скобках указывается номер источника из приложенного списка, через запятую – страницы, на которые делается приводит к мысли, что в мире нет единой теоретической концепции медиаобразования. В начале 1990-х годов исследователь *А. В. Шариков* предпринял попытку систематизации ключевых концепций медиаобразования, однако выделил их в самом общем виде, что фактически привело к смешению семиотической, культурологической теорий и теории развития критического мышления в одну, так называемую «критическую» концепцию. К тому же *А. В. Шариков* в качестве одной из ключевых концепций называл медиаграмотность, в то время как понятия «медиаграмотность» и «медиаобразование» у многих педагогов и исследователей, по сути, являются синонимами, или (как один из вариантов) медиаграмотность аудитории представляется главной целью процесса медиаобразования. Более развернутые и систематизированные подходы к анализу основных медиаобразовательных теорий были сделаны позже в трудах *Л. Мастермана*, *Ж. Пьетта* и *Л. Жиру*, *Ж. Гонне*

Анализ указанных выше трудов позволяет выделить не менее десятка основных теоретических подходов в данной области.

Протекционистская теория

Protectionist Approach, Inoculatory Approach, Inoculative Approach, Hypodermic Needle Approach, Civil Defense Approach, L'Approche Vaccinatoire

Ее основа – «инъекционная» теория медиа. Данную теорию часто называют также протекционистской (предохранительной от вредных воздействий медиа), «теорией гражданской защиты» (то есть опять-таки защиты от медиа) или теорией «культурных ценностей» (имеется в виду, что негативному воздействию

медиа противопоставляются «вечные ценности классического культурного наследия» (к примеру, искусство античности или ренессанса). Предполагается, что медиа оказывает очень сильное прямое, в основном негативное воздействие на аудиторию. Сторонники данной теории обычно тщательно изучают типологию медийных воздействий, среди которых можно выделить:

- познавательные эффекты: краткосрочное, интенсивное или обширное изучение;
 - эффекты отношения/мировоззрения: создание мнения; прививка/изменение/укрепление мнения;
 - эмоциональные эффекты: временная реакция;
 - физиологические эффекты: временная иллюзия борьбы/полета; временное сексуальное возбуждение;
 - поведенческие эффекты: имитация; активация (например, активизация покупок с помощью рекламы).

При этом выделяются непосредственные медийные влияния:

- познавательные (медиа могут немедленно «прививать» идеи и информацию);
- мировоззренческие (медиа могут сиюминутно создавать, изменять и укреплять мнения);
- эмоциональные (медиа могут вызывать непосредственную эмоциональную реакцию);
- поведенческие (медиа могут временно заставить вас делать что-то);
- физиологические (медиа могут краткосрочно возбуждать или успокаивать).

Выделяются и долговременные медийные влияния:

- познавательные (приобретение долгосрочной информации, обобщение, открытие тайны и пр.);
- мировоззренческие (укрепление убеждений, эрозия, изменение прежних отношений);
- поведенческие (долговременные беспомощность; медийная «наркотизация», отсутствие моральных запретов);
- эмоциональные (увеличение/уменьшение эмоциональных реакций, то есть возбуждение или десенсибилизация в течение длительного периода времени);
- физиологические (увеличение толерантности к определенному содержанию медиатекста; физиологическая зависимость от медиа или определенного содержания медиатекста, «смещение» мозговой деятельности на длительный срок).

Главная цель медиаобразования в рамках этой теории заключается в том, чтобы смягчить негативный эффект чрезмерного увлечения медиа (в основном по отношению к несовершеннолетней аудитории). Педагоги стремятся помочь учащимся понять разницу между реальностью и текстом путем вскрытия негативного влияния медиа (к примеру телевидения) на конкретных примерах, доступных для понимания конкретной аудитории.

Сторонники протекционистской теории медиаобразования, как правило, основное место в своих программах уделяют проблемам негативного влияния насилия и сексизма. Такой подход особенно распространен в США. Некоторые американские педагоги руководствовались этой теорией с 30-х – 40-х годов XX века, рассматривая медиа как «агента культурной деградации»: в этом обвинялись комиксы,

реклама в прессе и на телевидении, «желтые» массовые издания с их навязыванием стереотипов. Однако для анализа любого, пусть даже самого примитивного медиатекста защиты от манипулятивного воздействия, вероятно, недостаточно, здесь важно использовать как можно большее число видов деятельности и мотивов (рекреационных, компенсаторных, терапевтических, эстетических и др.), связанных со структурой человеческой индивидуальности.

Этическая теория Ethic Approach, Moral Approach

В 1990-х годах «защитное» движение получило мощную поддержку со стороны образованной при ЮНЕСКО Международной палаты «Дети и насилие на экране» (The UNESCO International Clearinghouse on Children and Violence on the Screen). Эта организация, теоретической базой здесь является этическая теория медиа. Предполагается, что медиа способны формировать определенные этические/моральные принципы аудитории (особенно это касается несовершеннолетних). Понятно, что моральные ценности в этом случае существенно зависят от социокультурного и политического контекста. К примеру, во времена тоталитарного режима в нашей стране считалось, что «при правильной подготовке к просмотру фильма и в результате разбора его учащиеся... будут осуждать ложь, дурные поступки и, наоборот, положительно относиться ко всему тому, что соответствует требованиям высокой коммунистической морали».

Данная теория вполне может быть синтезирована с идеологической, эстетической, экологической, предохранительной теориями медиаобразования и теорией развития критического мышления.

С приходом эпохи постмодерна, с характерным для нее ироничным отношением как к жизни в целом, так и к любым произведениям культуры/искусства, фраза о том, что «современный учитель – защитник нравственных и эстетических ценностей», стала восприниматься как надоевшая архаика. Казалось, что теория медиаобразования как «потребления и удовлетворения» стихийно сформировавшихся потребностей аудитории (о ней подробнее см. ниже) выглядит наиболее «продвинутой» и актуальной. Между тем, в начале XXI века для многих педагогов и исследователей стало очевидным, что «в подростково-юношеской среде продолжает расти прагматизм, отчужденность от культуры, идеалов нравственности, красоты и созидания. Дегуманизация сознания, девальвация нравственно-эстетических ценностей, бездуховность... стали характерными чертами молодежной среды».

Обученный практическим умениями работы с медиатехникой циник и «пофигист» может, конечно, «творчески» фиксировать и с саркастической усмешкой показывать любые мерзости жизни, оправдываясь необходимой ему безграничной свободой самовыражения. Хорошо известно, что в «беспредельном» случае технически «медиаграмотные» злодеи используют медиа и в качестве подспорья для террористических актов, снимая

затравленные лица заложников и жертв насилия, реальные пытки, убийства и т. п.

Вот почему этическая теория медиаобразования, опирающаяся на демократические ценности, гуманизм, этническую, национальную, расовую и религиозную толерантность, представляется сегодня весьма актуальной.

Об этом в последнее время пишут и западные исследователи. К примеру, *М. Бэрон* и президент Ассоциации медиаобразования Квебека *Л. Розер* отмечают, что текущий политический, социальный и идеологический климат в некоторых странах приводит к возвращению к такого рода этико-протекционистской педагогике, так как учащиеся должны быть защищены от зла, аморального, безнравственного влияния медиа, «прививаться» против «вируса» искусственно созданного коммерчески заинтересованными медийными структурами имиджа потребителя.

Теория развития «критического мышления»

Critical Thinking Approach,
Critical Autonomy Approach,
Critical Democratic Approach, Le
Jugement critique, L'Esprit
critique, Representational
Paradigm

Термин «критическое мышление» определяется Американской философской ассоциацией (АРА) следующим образом: «целенаправленное, саморегулирующееся суждение, которое завершается интерпретацией, анализом, оценкой и интерактивностью, так же как объяснением очевидных, концептуальных, методологических или контекстных соображений, на которых основано это суждение. <...>

Идеальное критическое мышление человека обычно связано с любознательностью, хорошей осведомленностью, причиной доверия, непредубежденностью, гибкостью, справедливостью в оценке, честностью в столкновении с личными предубеждениями, благоразумием в суждениях, желанием пересматривать, прояснять проблемы и сложные вопросы, тщательностью в поиске нужной информации, разумностью в выборе критериев, постоянностью в поиске результатов, которые являются столь же точными, как использованные первоисточники».

Теоретической основой данной теории, скорее всего, можно считать теорию медиа в качестве «повестки дня», где медиа представляется «четвертой властью», которая распространяет модели поведения и социальные ценности среди разнородной массы индивидуумов. Отсюда вытекает ведущая цель медиаобразования: научить аудиторию анализировать и выявлять манипулятивные воздействия медиа, ориентироваться в информационном потоке современного общества. В процессе занятий с учащимися здесь изучается влияние медиа на индивидов и общество с помощью так называемых «кодов» (условностей-символов, например в телерекламе), развивается критическое мышление студентов по отношению к медиатекстам.

Считается, что аудитории надо дать ориентир в условиях переизбытка разнообразной информации, научить грамотно воспринимать ее, понимать, анализировать, иметь представление о механизмах и последствиях ее влияния на зрителей, читателей и слушателей. Односторонняя или искаженная информация (которая передается, к примеру, телевидением, обладающим большой силой пропагандистского внушения), несомненно, нуждается в осмыслении. Вот почему считается полезным, чтобы учащиеся могли определить: различия между заданными и общеизвестным фактами и требующими проверки; надежность источника информации; пристрастность суждения; неясные или двусмысленные аргументы; логическую несовместимость в цепи рассуждения и т.д.

Позицию Л. Мастермана разделяет и американский медиапедагог-исследователь Л. М. Симэли: «Критическая медиаграмотность способствует развитию критической позиции преподавателей и учащихся, когда они воспринимают медиатексты или размышляют о них. Чтобы расширить эту практику, я поощряю студентов и преподавателей:

1) тщательно исследовать их начальные представления о медиатекстах; 2) привлекать в критическом анализе их собственное восприятие ситуации, описанной или скрытой в рассматриваемом тексте; 3) отделять правду от полуправды, корректность от некорректности, факты от вымысла, действительность от мифа, объективность от предвзятости».

Являясь последовательным сторонником медиаобразовательной теории развития критического мышления аудитории, Симэли четко формулирует свои основные дидактические принципы: «В центре движения критической педагогики, которое я защищаю в моих методах обучения, – потребность: 1) развития понимания характера репрезентации действительности в медиатекстах; 2) обеспечения знаниями о социальных, экономических и политических контекстах, в которых медиатексты произведены разнообразными учреждениями с определенными целями; 3) поощрение интереса к изучению способов, которыми аудитория понимает значение сообщений... В целом этот процесс предусматривает критическую позицию студентов и преподавателей, которые могут сопротивляться откровенной расовой, классовой, гендерной предвзятости и манипуляции в воспринимаемых медиатекстах».

Бесспорно, для анализа информационных телепрограмм такого рода умения могут принести хорошие педагогические результаты, вырабатывая своеобразный иммунитет к бездоказательности, фигурам умолчания или лжи. Нельзя не признать, что вне зависимости от политического строя того или иного государства, человек, не подготовленный к восприятию информации в различных ее видах, не может полноценно ее понять и анализировать, не в силах противостоять манипулятивным воздействиям медиа (если такая манипуляция имеет место), не способен к самостоятельному выражению своих мыслей и чувств по поводу прочитанного, услышанного, увиденного.

Список использованной литературы

1. Баранов О. А. Медиаобразование в школе и вузе. Тверь, 2002.
2. Considine, D. M., Haley, G. E. Visual Messages. Englewood (USA), 1999.
3. Fedorov, A. Media Education and Media Literacy: Experts' Opinions // MENTOR. A Media Education Curriculum for Teachers in the Mediterranean. Paris, 2003.
4. Ferguson, R. Moyen de communication de mass, education et democratie // Revue Educations. 1997. № 14.
5. Gonnet, J. Modes et permanences // Revue Educations. 1997. № 14.
6. Gonnet, J. Education aux medias: Les controverses fecondes. Paris, 2001.

ЛЕКЦИЯ №18. ОСНОВНЫЕ ТЕХНОЛОГИЧЕСКИЕ ПРИНЦИПЫ МЕДИАОБРАЗОВАНИЯ В ЗАРУБЕЖНЫХ СТРАНАХ

План:

1. Анализ теории и практики медиаобразования в разных странах: «Теория источника «удовлетворения потребностей»
2. Анализ теории и практики медиаобразования в разных странах: Эстетическая (художественная) теория
3. Анализ теории и практики медиаобразования в разных странах: Культурологическая теория

Экологическая теория

Ecologic Approach, Therapy Approach

Эта теория опирается на труды известных экологов и философов (*В. И. Вернадского, Л. Н. Гумилева* и др.). Ее сторонники убеждены, что необходимо развивать экологию медийного

восприятия как составную часть медиаграмотности человека, предполагающую терапевтическую умеренность в просмотрах, контроль и ограничения, критический анализ медиатекстов, «использование экологической стратегии противодействия насилию и изображению патологий с экрана, виртуальному взаимодействию через компьютер и, самое главное, сохранения духовно-эстетической ориентации в рамках собственной зрительской концепции».

Основное содержание «экологического медиаобразования» представляет собой синтез положений, взятых из протекционистской, эстетической и этической теорий медиаобразования и теории развития критического мышления.

Педагогическая стратегия данного подхода основана на обучении «экологическим принципам» контактов с виртуальной реальностью, когда проблемы восприятия медийной информации рассматриваются с точки зрения ее нравственно-эстетического содержания, что расширяет «понимание сферы экологической деятельности как духовно-личностных ресурсов».

Несмотря на синтетичность в подходах, экологическая теория, на наш взгляд, отчетливо обнаруживает доминанту защитной, предохранительной функции.

Теория источника «удовлетворения потребностей»

Uses and Gratifications Approach

Теоретической основой здесь служит теория «потребления и удовлетворения» в области медиа. Имеется в виду, что влияние медиа на аудиторию ограничено, учащиеся могут сами правильно выбрать и оценить медиатекст в соответствии со своими потребностями. Следовательно,

приоритетная цель видится в том, чтобы помочь аудитории извлекать из медиа максимум пользы в соответствии со своими желаниями и склонностями.

«Главная проблема, – пишет в этой связи *Дж. Гринсруд*, – не в том, что медиа делают с аудиторией, а, скорее, что аудитория делает с медиа? Аудитория – это совокупность независимо думающих и действующих индивидуумов, которые используют медиа, чтобы удовлетворить свою потребность в информации, развлечении, самореализации, социальной принадлежности или идентичности».

Как мы видим, данная концепция полностью противоположна «инъекционной/предохранительной». Если первая сконцентрирована на положительном, полезном эффекте медиа, то вторая – на отрицательном влиянии. В то же время теория медиаобразования как источника удовлетворения потребностей в чем-то близка к теории медиаобразования как развития критического мышления, потому что и здесь и там речь идет о развитии у учащихся умения правильно выбрать и критически оценить медиатекст. Однако наш анализ показал, что тут имеются и существенные отличия: согласно теории потребления и удовлетворения, педагоги опираются на «положительные» стороны информации, а по концепции развития критического мышления – пытаются научить аудиторию выявлять манипулятивные медийные воздействия. В этом смысле мы согласны с мнением *Д. Букингэма*: «Бесспорно, мы уважаем и ценим стремление учащихся к развлечению и сформировавшиеся у них знания о культуре, но целью образования должно быть также расширение их угла зрения».

Эстетическая (художественная) теория

Aesthetical Approach, Media as
Popular Arts Approach,
Discriminatory Approach

Теоретическая база здесь во многом совпадает с культурологической теорией медиаобразования. Однако главная цель видится в том, чтобы помочь аудитории понять основные законы и язык спектра медиатекстов, имеющих прямое отношение к искусству. развить

эстетическое/художественное восприятие и вкус, способности к квалифицированному художественному анализу. Вот почему основное содержание образования опирается на изучение языка медиакультуры, авторского мира создателя художественного текста, историю медиакультуры (киноискусства, художественного телевидения и т. д.). Педагоги стремятся научить студентов критическому анализу художественных медиатекстов, их интерпретации и квалифицированной оценке.

Практическая теория

Practical Approach, Technology
Approach, Hands-on Making
Approach

Данный подход известен также под названием «медиаобразование как "таблица умножения"» (имеется в виду, что практику работы с медиааппаратурой учащимся надо знать

так же хорошо, как таблицу умножения). Теоретической базой здесь, на наш взгляд, служит адаптированная теория потребления и удовлетворения в области медиа (например, дети интересуются медиатехникой, значит, надо удовлетворить их потребности: научить их фотографировать, снимать фильмы на кино/видео пленку, создавать интернетные сайты, монтировать, озвучивать их и т. д.).

«Практические» медиапедагоги считают, что проблема влияния медиа на аудиторию не является ключевой, главное – обучить студентов (или учителей) использовать аппаратуру. Отсюда – повышенное внимание к изучению устройства медиатехники и формированию умений ее использования, в том числе и для создания собственных медиатекстов.

Однако «медиаобразование... вовсе не сводится к компьютерной грамотности, умению пользоваться различными коммуникационными средствами в прагматических целях. Здесь необходимо обучение иного рода – критическому отношению к информации и оценке ее качества.

Другая разновидность «практического» подхода – использование медиатекстов для иллюстрации материала так называемых предметов обязательного цикла – физики, математики, биологии, истории и т. д. «К сожалению, многие педагоги до сих пор применяют средства массовой коммуникации лишь как наглядное средство обучения, не используя воспитательный и эстетический потенциал медиакультуры».

Впрочем, прагматический подход с ориентацией на практико-креативные умения учащихся имеет, на наш взгляд, и свои несомненные преимущества, на которые указывают многие исследователи. К примеру, президент Европейской Ассоциации аудиовизуального медиаобразования, бельгийский медиапедагог *Д. Шретер* разработал систему обучения учащихся языку медиа с помощью видеокамеры, видеомагнитофона и телемонитора, вовлекая их в процесс создания видеосюжетов. Его аудитория на практике овладевает теоретическими понятиями медиакультуры («кадр», «ракурс» и пр.), сравнивает реальную действительность с ее видеоизображением, узнает механизм несложных спецэффектов, изучает движение камеры и т. д. В итоге сами учащиеся по заданному сценарию создают собственные минивидеофильмы. Бесспорно, подобный подход способствует развитию творческой личности, и его нельзя не учитывать при создании модели и методики современного медиаобразования.

Отмечая, какие новые, невероятные прежде интерактивные возможности для практической и аналитической работы открываются перед медиаобразованием в связи с мощным распространением мультимедиа, *Д. Букингэм* и *Дж. Сэфтон-Грин* видят в этом процессе не только плюсы, но и минусы. «Новые цифровые технологии дают своего рода смесь преимуществ и опасностей для медиаобразования. <...> Вы можете сегодня монтировать видеоизображение или полностью создавать его на стандартном компьютере. И это значит, что многие концептуальные вопросы (например, селекции или манипуляции с изображениями) могут быть изучены более практическим и понятным путем. <...> С другой стороны, такого рода технологии могут

потенциально индивидуализировать процесс создания медиапродукции, то есть изолировать человека от социума, «запеленать» его в «мультимедийный информационный кокон». Вот почему *Букингэм* резонно выступает за то, чтобы учащиеся обсуждали медиатексты, поставив их в обширный социокультурный контекст, не отрывались от реальной жизни, но активно участвовали в ней.

Наверное, теорию «практического» медиаобразования можно считать разновидностью теории медиаобразования как источника «удовлетворения потребностей аудитории» – с той лишь разницей, что удовлетворяются не сюжетные, жанровые и стилистические предпочтения аудитории в области медиа, а потребности технические и практические. Тем не менее, практическая сторона медиапедагогики вовсе не подвергается сомнению с позиций других подходов – от развития критического мышления до культурологического медиаобразования. Правда, там практические упражнения носят не главный, а вспомогательный характер.

Культурологическая теория

Cultural Studies Approach

В качестве теоретической основы здесь используется культурологическая теория медиа. Утверждается, что медиа скорее предлагают, чем навязывают интерпретацию текстов. Аудитория

всегда находится в процессе диалога с медиатекстами и их. Она не просто «считывает» информацию, а вкладывает различные смыслы в воспринимаемые тексты, самостоятельно их анализирует. Отсюда вытекает главная цель медиаобразования: помочь учащимся понять, как медиа могут обогатить восприятие и знания аудитории.

Культурологический подход обуславливает принципы и права обучающегося в процессе медиаобразования:

- принцип добровольного выбора уровня сложности обучения и принцип гуманного сопровождения обучения;
- принцип свободного доступа к любой медийной информации, не являющейся государственной или коммерческой тайной;
- право личности на гуманную педагогическую интерпретацию своих учебных результатов и достижений.

В качестве содержания медиаобразования здесь выступают его «ключевые понятия» (key aspects), роли, которые играют в обществе стереотипы, распространяемые с помощью медиа. Педагоги пытаются научить учащихся оценке и критическому анализу текстов.

К примеру, «отрасли медиаиндустрии все более и более воспринимаются не столько как агенты правящих классов, но как учреждения, чья власть весьма сомнительна и кардинально зависит от желаний аудитории. <...> Значимость больше не расценивается как нечто свойственное медиатекстам, но понимается как результат взаимоотношений между текстами и аудиторией».

Активный сторонник культурологической теории медиаобразования британский профессор Э. Харт утверждал, что медиаобразованная личность знакома с основными принципами медиапедагогики:

- медиа не просто отражают или копируют мир; выбор, анализ и создание медиатекстов происходят в сложном процессе редактирования и переосмысления сообщений;

- зрители не пассивны и предсказуемы, а активны и переменчивы в их реакциях на медиатексты;

- содержание медийных сообщений определяется не только производителями и редакторами, правительствами, рекламодателями и медиамагнатами, но и аудиторией;

- медиа содержат разнообразие различных форм, имеющих различные технологии, языки и влияния.

Точку зрения Э. Харт вполне разделяют Д. Консидайн и Э. Хэйли, выделяющие следующие «принципы медиаграмотности: 1) медиа – это конструкции; 2) медиа переосмысляет и конструирует реальность; 3) медиа имеют коммерческие цели; 4) аудитория оценивает смыслы медиатекстов; 5) каждый вид медиа имеет собственные условности и формы».

Наиболее сильны позиции культурологической теории в Великобритании и Канаде, хотя немало ее сторонников можно найти и в других странах мира (Франция, Германия, Россия и др.).

Вместе с тем многие исследователи отмечают существенные различия понимания сути и целей медиаобразования в рамках, к примеру, британской педагогики. Харт писал, что здесь возникают весьма широкие трактовки медиаобразования: от учебных видеосъемок пьес – до критического изучения источников информации и аудитории медиа, от неприятия аналитических подходов в пользу творческо-технических – до развития социально направленного обучения.

Семиотическая теория медиаобразования

Semiotic Approach. Le decodage des medias

Эта теория опирается на труды теоретиков медиа семиотического (структуралистского) направления.

Педагоги-«семиотики»

утверждают, что медиа часто стремятся завуалировать многозначный знаковый характер своих текстов, а это угрожает свободе потребления информации.

Аудитория, в первую очередь детская, слишком пассивна по отношению к «чтению» медиатекстов, поэтому цель медиаобразования в том, чтобы помочь учащимся «правильно читать». Основным содержанием образования становятся коды и «грамматика» медиатекста, то есть язык медиа, а педагогической стратегией – обучение правилам декодирования медиатекста, описания его содержания, ассоциаций, особенностей языка и т. д. (denotation/connotation).

В этой связи один из ведущих британских медиапедагогов Э. Харт писал, что медиаобразование должно еще более активно внедряться в

учебный процесс, так как «новая грамотность требует, чтобы учащиеся изучали "метаязык", который позволит им говорить о медиа».

Материал для семиотического анализа – не только произведения «высокого искусства», но любые тиражируемые объекты – игрушки, туристические путеводители, обложки журналов и т. д. «Даже стиль одежды учащихся, их невербальная коммуникация и их пластика составляет комплекс знаковых систем, созданных одними индивидами и "читаемых" другими».

Социокультурная теория
Social and Cultural Approach

Теоретическая база: культурологическая (необходимость образования как результат развития медиакультуры) и социологическая (как результат

осознания в педагогике значимости социальной роли медиа). Основные положения социокультурной теории медиаобразования (*А. В. Шариков*): 1) развитие медиа закономерно приводит к необходимости возникновения специального профессионального образования в каждой новой сфере, связанной с появлением новых СМК; 2) учитывая массовость медиааудитории, у профессионалов, в первую очередь преподавателей специальных медиадисциплин, возникает потребность обучать более широкие слои населения языку медиа; 3) эта тенденция усиливается в связи с тем, что общество осознает всё более сильное влияние медиа на свою жизнь, что порождает осмысление социальной роли медиа и, как следствие, побуждает педагогов к дальнейшему развитию медиаобразовательного процесса.

Список использованной литературы

1. Баранов О. А. Медиаобразование в школе и вузе. Тверь, 2002.
2. Considine, D. M., Haley, G. E. Visual Messages. Englewood (USA), 1999. Ellul, J. Propaganda. New York, 1979.
3. Fedorov, A. Media Education and Media Literacy: Experts' Opinions // MENTOR. A Media Education Curriculum for Teachers in the Mediterranean. Paris, 2003.
4. Gonnet, J. Education aux medias: Les controverses fecondes. Paris, 2001.

Приложение

Краткий словарь терминов медиаобразования

Адресат медиаобразования — школьник, студент, учитель, преподаватель, работник медиасферы (медиатеки, учебного телевидения и т.д.).

Ассоциация — процесс, при котором возникает смысловая связь между образами и представлениями медиатекста.

Библиотека электронная — сложная информационная система, представляющая собой особый вид вещательных услуг.

Видеомания — болезнь человека информационной эры, при которой экран заменяет зрителю реальность.

Гиперсреда — метод дискретного представления информации на узлах, соединяемых при помощи ссылок. Данные могут быть представлены в виде текста, графики, звукозаписей, мультипликации, фотографий или исполняемой документации.

Грамотность аудиовизуальная — система умений и навыков анализа и синтеза пространственно-временной реальности, позволяющих воспринимать информацию, зафиксированную в виде звуко-зрительных сигналов. Формирование аудиовизуальной грамотности является основой построения системы медиаобразования.

Графика компьютерная — технология создания подвижных изображений с помощью компьютерной техники.

Жанр — группа медиатекстов, выделенных на основе сходных черт их внутреннего строения (трагедия, комедия, драма, мелодрама, интервью, репортаж и т.д.).

Задачи медиаобразования — обучить грамотно "читать" медиатекст; развить способности к восприятию и аргументированной оценке информации, развивать самостоятельность суждений, критического мышления, предпочтений, эстетического вкуса; интегрировать знания и умения, получаемые на различных учебных занятиях, в процессе восприятия, анализа и творческой деятельности и т.д.

Игры компьютерные — разновидность игр, в которых игровое поле находится под управлением компьютера и (или) воспроизводится на экране дисплея. Они строятся на основе модельного описания обстановки игры и различных игровых ситуаций, включающего перечень вовлеченных в игру объектов и отношения между ними, а также правила игры, в частности условия перехода с одного уровня игры на другой, более высокий. Компьютерные игры отличаются высокой динамичностью, зрительной наглядностью, способностью к нарастанию сложности и разнообразия по мере роста мастерства и тренированности игроков.

Интернет — глобальная информационная сеть, объединяющая пользователей из различных организаций, учреждений и фирм, а также частных пользователей.

Информатизация образовательной деятельности – процесс обеспечения сферы образования методологией, практикой разработки и использования НИТ (новых информационных технологий), ориентированных на реализацию психолого-педагогических целей воспитания и образования.

Искусства экранные (аудиовизуальные) – группа искусств, объединенных по способу их восприятия, основанные на экранной форме воспроизведения (киноискусство, телевидение, видеоарт, компьютерная графика и т.д.). Произведения аудиовизуальных искусств обращены одновременно к зрению и слуху и, как правило, опираются не на одну знаковую систему. В них, как и в традиционных, присутствует авторский замысел, для воплощения которого необходима соответствующая аппаратура. Аудиовизуальные тексты могут подвергаться многократному тиражированию при помощи техники.

Кафе виртуальное – диалоговая страница, на которой клиенты могут обмениваться мнениями по интересующим их проблемам; виртуальная комната, в которой происходит живой обмен мнениями.

Кинообразование – процесс образования и развития личности средствами и на материале киноискусства с целью формирования культуры общения с экраном, творческих, коммуникативных способностей, умений интерпретации, анализа и оценки кинотекста, обучения различным формам самовыражения при помощи кинотехники.

Киноработа (устарев.) – специально организованная работа с кинопроизведением.

Кинотекст – сообщение, содержащее информацию и изложенное в любом виде и жанре кинематографа (игровой, документальный, анимационный, учебный, научно-популярный фильм).

Масс-медиа – средства массовой информации.

Медиа – технические средства создания, записи, копирования, тиражирования, хранения, распространения, восприятия информации и обмена ее между субъектом (автором) и объектом (массовой аудиторией).

Медиавоздействие – воздействие медиатекстов на аудиторию: в сфере образования и воспитания, развития сознания, формирования поведения, взглядов, реакций, откликов, распространения информации и т.д.

Медиавосприятие – восприятие медиареальности, чувств и мыслей авторов экранных произведений (текстов).

Медиаграмотность – умение анализировать и синтезировать пространственно-временную реальность, умение «читать» медиатекст.

Медиаискусства (техногенные искусства – устарев.) – искусства, основанные на медиаформе (т.е. форме средств массовой коммуникации) воспроизведения действительности (средствами печати, фотографии, радио, грамзаписи, киноискусства, телевидения, видео-арта, компьютерной графики и т.д.).

Медиакультура – совокупность материальных и интеллектуальных ценностей в области медиа, а также исторически определенная система их воспроизводства и функционирования в социуме; по отношению к аудитории *медиакультура* или *аудиовизуальная культура* может выступать системой уровней развития личности человека, способного воспринимать.

анализировать, оценивать медиатекст, заниматься медиатворчеством, усваивать новые знания в области медиа.

Медиаобразование (современные трактовки):

- система использования средств массовой коммуникации и информации (печати, радио, кино, телевидения, видео, компьютерной техники, фотографии) в развитии индивидуальности школьника. Сама система развития, в отличие от традиционных учебных предметов, накапливающих знания, предполагает в первую очередь практику художественно-творческой деятельности, моделирующую процесс эмоционально-интеллектуального развития школьника, его возможностей;
- процесс образования и развития личности с помощью и на материале средств массовой коммуникации (медиа) с целью формирования культуры общения с медиа, творческих, коммуникативных способностей, критического мышления, умений интерпретации, анализа и оценки медиатекстов, обучения различным формам самовыражения при помощи медiateхники;
- обучение теории и практическим умениям для овладения современными средствами массовой коммуникации, рассматриваемыми как часть специфической и автономной области знания в педагогической теории и практике; его следует отличать от использования вспомогательных средств в преподавании других областей знания, таких как, например, математика, физика, география и т.п.;
- подготовка обучающихся к жизни в информатизированном пространстве.

Медиаотека (библиотечный медиацентр, центр информации) – структурное подразделение, которое включает в себя информационные и технические средства (книги, кино- и видеоматериалы, компьютерные программы и т.д.). Имеет целью создание благоприятных условий индивидуализации, развития творческих способностей учащихся, способствует познавательной, коммуникативной и креативной деятельности. Пользователи медиаотеки имеют возможность работать с информационным материалом, пользуясь имеющимися техническими средствами, создавать собственные средства информации. Медиаотека организуется чаще всего на базе библиотеки.

Медиаотека – сообщение, содержащее информацию и изложенное в любом виде и жанре медиа (газетная статья, телепередача, видеоклип, фильм и пр.). Критерии оценки медиаотека – навыки смыслообразования в результате эмоционально-смыслового соотнесения перцептивных единиц, ощущения между ними ассоциативных и семантических связей.

Медиаязык – комплекс средств и приёмов экранной выразительности.

Методика медиаобразования – процесс обучения основам медиакультуры в плане содержания данного образования и деятельности педагога и ученика с учетом вариативности, импровизации, диалогической формы преподавания и учения и требований к составляющим образовательного процесса.

Методы медиаобразования – способы работы педагога и ученика, при помощи которых достигаются цели медиаобразования. Типичные методы:

словесные, наглядные, репродуктивные, исследовательские, эвристические, проблемные, игровые.

Модель – любой образ (мысленный или условный: изображение, описание, схема, чертеж, план и т.п.) какого-либо процесса или явления (оригинала данной модели), используемый в качестве его "заместителя", "представителя".

Монтаж ассоциативный – одна из разновидностей кинематографического монтажа, в основе которой, как правило, лежит яркий образ – сравнение, метафора. Ассоциативный монтаж требует от авторов фильма отточенного мастерства, учета особенностей зрительского восприятия, поскольку ассоциации должны быть одновременно и неожиданными и понятными, убедительно выражающими мысль создателей фильма.

Музей виртуальный – собрание Web-страниц, содержащих каталоги и фотографии экспонатов из различных художественных собраний. Существуют плоская и трехмерная версии музея.

Мультимедиа – компьютерные системы с интегрированной поддержкой звукозаписей и видеозаписей.

Мультимедийные средства – совокупность средств для обработки и представления аудио-, видео и печатной информации и компьютерные средства для обработки информации.

Мышление аудиовизуальное – творческая деятельность, основанная на эмоционально-смысловом соотношении и образных обобщениях частей экранного текста.

Мышление клиповое – невозможность установить связь между разнородной информацией.

Мышление критическое – процесс анализа, ориентированный на понимание скрытой составляющей сообщений, результатами которого являются интерпретация и оценивание этой скрытой составляющей, а также принятие позиции по отношению к сообщениям.

Новые информационные технологии (НИТ) – в образовании представляют собой совокупность новых средств и методов обработки информации, внедряемых в учебный процесс. Обеспечивают создание, хранение, передачу и отображение информации.

Образование аудиовизуальное – целенаправленное педагогическое руководство интересами и потребностями школьников в области экранных искусств. Его содержательные компоненты предполагают использование нескольких видов деятельности учащихся: восприятие произведения медиакультуры; художественно-творческая деятельность в области экранных искусств; интерпретация результатов их восприятия; приобретение знаний, развивающих вышеперечисленные виды деятельности.

Пиктография – серия рисунков, в последовательном соотношении которых передается информация о событиях, взаимосвязях с окружающим миром, о чувствах и ощущениях автора.

Предмет медиаобразования – взаимодействие человека с медиа, медиаязык и его использование в социуме, медиа и его функционирование в социуме. система знаний и умений, необходимых человеку для полноценного

восприятия и анализа медиатекстов, для социокультурного развития творческой личности.

Сети компьютерные – совокупность автономных ЭВМ, соединенных линиями передачи данных для взаимного согласованного обмена информацией. Различают локальные (в пределах небольших территорий) и глобальные (охватывающие значительное пространство) компьютерные сети.

Система коммуникативная – особая эстетическая информация, поступающая из медиаисточника на нескольких уровнях: звукозрительном, художественном, философском.

Способности медиакоммуникативные – способности к восприятию, созданию и передаче сообщений посредством технических и семиотических средств.

Средства массовой коммуникации (СМК) – технические средства создания, записи, копирования, тиражирования, хранения и распространения информации для обмена ею между субъектом (коммуникатором) и объектом (коммуникатором, массовой аудиторией).

Телекоммуникация – передача произвольной информации на расстояние с помощью технических средств (радио, телевидения, компьютера и т.д.).

Тренинг аудиовизуальный – специальные упражнения или комплекс упражнений, позволяющие выявить семантику единиц медиаповествования, мысленно двигаться в экранном пространстве вслед за камерой (изменением проекции монитора); выполнять творческие виды работы, связанные с произведениями медиакультуры: коллаж, рекламные плакаты, афиши; выявить акценты художественного повествования в фотографии, музыке, литературе и т.д. и умение их использования в построении нового пространства.

Учебный телекоммуникационный проект – совместная учебно-познавательная, исследовательская, творческая или игровая деятельность учащихся-партнеров, организованная на основе компьютерной телекоммуникации, имеющая общую проблему, цель, согласованные методы и способы решения проблемы, направленные на достижение совместного результата.

Формы медиаобразования – интеграция в традиционный учебный предмет, автономные уроки, лекции, семинары, факультативы, кружки, медиа/киностудии, медиа/киноклубы, обязательные предметы в специализированных учебных заведениях, спецкурсы.

Фотофильм (слайд – фильм) – подборка и демонстрация фотографий, слайдов, посвященных какой-либо теме, событию и т.д. С помощью монтажа ряд фотографий (слайдов) способен создать сюжет. Используется в медиаобразовании в основном как учебный материал.

Методическое пособие

Бекназарова Саида Сафибуллаевна

«МЕДИАОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ В УНИВЕРСИТЕТЕ»

Под редакцией доктора физико-математических наук,
профессора К.П. Абдурахманова

*Оригинал-макет подготовлен
С.С. Бекназарова*

Формат 60x84 1/16

Заказ № - 114 . Тираж - 30

Отпечатано в Издательско полиграфическом
центре «ALQASHI» при ТУИТ
Ташкент ул. Амир Темура, 108