

Методика проведения медиаобразовательных занятий

План лекции

- Программы медиаобразования школьников и студентов.
- Лектории, утренники и вечера, посвященные медиакультуре. Фотовыставки и стенгазеты. Факультативы и кружки по медиакультуре. Дискуссионные медиаклубы. Любительские медиастудии. Репродуктивные, эвристические, игровые, проблемные медиаобразовательные занятия.
- Развитие полноценного восприятия учащихся на материале медиакультуры (модель, методика и т.д.), критерии развития аудитории в области медиакультуры

Модели медиаобразования

- **образовательно-информационные модели** (изучение теории и истории, языка медиакультуры и т.д.);
- **воспитательно-этические модели** (рассмотрение моральных, философских, идеологических проблем на материале медиа);
- **практико-утилитарные модели** (изучение работы различных медиасредств с целью последующих фото/видеосъемок, создания сайтов и т.д.);
- **эстетические модели** (ориентированные прежде всего на развитие художественного вкуса и анализ лучших произведений медиакультуры);
- **модели развивающего обучения** (социокультурное, культурологическое, семиотическое развитие творческой личности в плане восприятия, воображения, зрительной памяти, интерпретации, анализа, самостоятельного, критического мышления, критической автономии и т.д.).

Модель медиаобразования учащихся может включать следующие основные этапы:

- констатация уровней развития и восприятия произведений медиакультуры в данной аудитории;
- овладение школьниками/студентами креативными умениями на материале медиа и формирование полноценного восприятия медиатекстов (с учетом их видов и жанров, связей с различными искусствами и т.д.);
- развитие умений анализа медиатекстов;
- знакомство с основными вехами истории медиакультуры, с современной социокультурной ситуацией.

Этап развития полноценного восприятия
медиатекстов,
основанный на принципах, разработанных Ю.Н.
Усовым

1 ЭТАП: Синтез осмысления медиаструктуры - сначала эпизода, а потом и всего произведения в целом - в результате образного обобщения элементов звукозрительного и пространственно-временного повествования. Однако своеобразие предлагаемого подхода заключается в серии творческих заданий креативного характера, предшествующих «чтению» и обсуждению медиатекстов. Такие задания позволяют аудитории на собственном опыте проникнуть в лабораторию создания произведений медиакультуры (например, освоить на практике такие понятия, как «кадр», «ракурс», «композиция» и пр.).

2 ЭТАП: Овладение аудиторией креативными умениями на материале медиа прежде всего связано с новыми творческими возможностями, которые открылись к началу XXI века в связи с массовым распространением видео и компьютерной техники. Данный этап предусматривает творческие задания (написание минисценариев, «экранизация» отрывков литературных произведений и т.д.). Главное, что видеокамера, видеомагнитофон, компьютер и монитор позволяют без каких-либо технических трудностей (связанных с зарядкой и проявкой обычной фото/киноплёнки, озвучанием и пр.) в игровой форме «идентифицировать» себя с авторами произведений медиакультуры (журналистами, сценаристами, режиссерами и пр.), что помимо творческих способностей, индивидуального мышления, воображения, фантазии косвенно помогает совершенствованию восприятия и анализа медиатекстов, созданных профессионалами.

3 ЭТАП: Развитие умений анализа медиатекстов, которое предусматривает:

-рассмотрение внутреннего содержания ключевых эпизодов, наиболее ярко выявляющих закономерности построения произведения в целом;

-попытку разобратся в логике авторского мышления (целостное воссоздание развития основных конфликтов, характеров, идей, звукопластического ряда и т.д.);

-выявление авторской концепции;

-оценку аудиторией этой системы авторских взглядов, выражение ею своего личного отношения к данной концепции.

4 ЭТАП: Знакомство с историей медиакультуры - тогда, когда у аудитории уже сформировались восприятие, умение анализа медиатекстов, креативные подходы. Целостность процесса развития медиавосприятия не нарушится, если раздел истории медиакультуры будет базироваться на подготовленной почве, а не превратится в набор фактов и фамилий.

Классификация показателей профессиональных знаний и умений, необходимых педагогам для медиаобразовательной деятельности

№	Показатели профессиональных З и У, необходимых педагогам для МО деятельности	Расшифровка высокого (полноценного) уровня данного показателя:	Расшифровка среднего уровня данного показателя:	Расшифровка Низкого уровня данного показателя:
1	Понятийный (ориентационный)	Полная информированность («тезаурус»), обширные теоретико-педагогические знания в области МО	Частичная информированность, удовлетворительные теоретико-педагогические знания в области МО	Слабая информированность, фрагментарные или устаревшие теоретико-педагогические знания в области МО
2	Сенсорный	Систематическая МО деятельность в процессе учебных занятий разных типов	Регулярная, но лишенная систематического подхода МО деятельность в процессе учебных занятий	Эпизодическая, малоэффективная МО деятельность в процессе учебных занятий

3	Мотивационный	Разносторонние мотивы МО деятельности: эмоциональные, гносеологические, гедонистические, нравственные, эстетические и др.; стремление к совершенствованию своих знаний и умений в области МО.	Преобладание отдельных мотивов МО деятельности при наличии стремления к совершенствованию своих знаний и умений в области МО	Слабая мотивировка МО деятельности, Отсутствие стремления к совершенствованию своих знаний и умений в области МО.
---	---------------	---	--	---

4	Операционны й	Развитые методические умения в области МО (умения дать установку на медиавосприятие, объяснить причины, условия и характер возникновения явления, умения развивать восприятие учащихся, выявлять уровни их развития в области медиакультуры, выбирать оптимальные методы, средства и формы проведения занятий, исследовательские умения и т.д.) и ярко выраженный педагогический артистизм (общая педагогическая культура, внешний облик, самопрезентация, самоконтроль, наличие обратной связи с аудиторией и т.д.)	Удовлетворительные методические умения в области МО и педагогический артистизм	Фрагментарные методические умения в Области МО, отсутствие педагогического артистизма
---	------------------	--	--	---

5	Креативный	Ярко выраженный уровень творческого начала в МО деятельности (то есть проявление гибкости, мобильности, ассоциативности, оригинальности, антистереотипности мышления, развитости воображения, фантазии и т.д.).	Уровень творческого начала ярко выражен лишь в отдельных видах МО деятельности	Творческое начало в МО деятельности проявлено слабо или полностью отсутствует.
---	------------	---	--	--

- О.Ф.Нечай полагает, что будущим учителям надо реально «представлять себе структуру современной аудитории», что они должны овладеть методикой медиаобразования, где формы и методы «могут быть самыми разнообразными. Здесь очень много зависит от инициативы и творческих возможностей педагога, а также от реальных условий» учебного процесса. Соглашаясь с Ю.М. Рабиновичем в том, что изучение курса литературы помогает школьникам и студентам лучше понимать произведения медиакультуры.

Функции медиаобразования

- Методика медиаобразования школьной (как, впрочем, и студенческой) аудитории базируется на реализации разнообразных творческих заданий. Теоретический анализ их элементов, разработка и применение их в практике обучения позволяют выделить следующие основные функции: **обучающие, адаптационные, развивающие и управляющие**. При этом под **обучающей** функцией понимается усвоение знаний о теориях и законах, приемах восприятия и анализа медиатекстов, способность применять эти знания в иных ситуациях, рассуждать логически; **адаптационная** функция проявляется в первоначальном, понятийном этапе общения с медиакультурой; под **развивающей** функцией подразумевается развитие мотивационных, волевых и других свойств и качеств личности, опыта творческого контакта с медиа; задача **управляющей** функции - формирование наилучших условий для анализа медиатекстов.

Способы деятельности

- В процессе медиаобразования используются самые разнообразные способы деятельности: **дескриптивный** (пересказ содержания, перечисление событий медиатекста), **классификационный** (определение места медиатекста в историческом и социокультурном контексте), **аналитический** (анализ структуры медиатекста, языка медиатекста, авторских концепций и т.д.), **личностный** (описание отношений, переживаний, чувств, воспоминаний, ассоциаций, вызванных медиатекстом), **объяснительно-оценочный** (формирование суждений о медиатексте, о его достоинствах в соответствии с эстетическими, моральными и т.д. критериями).

Типы творческих заданий

- Что же касается типов творческих заданий, то их можно подразделить в зависимости от характера содержания учебного материала (от аудитории требуется систематизировать факты и явления на теоретические и практические и т.д.), от характера требований (надо установить, какого типа требование лежит в основе задачи – на восприятие, художественный анализ и т.д.); от соотношения «данных» и «целей» выполнения учебной работы; от формы ее организации и выполнения (индивидуальные, бригадные, групповые и т.д.). Важно учитывать также необходимость повторения и закрепления методических приемов, на базе которых совершенствуются полученные аудиторией умения, постепенного усложнения заданий (в том числе - расширение спектра самостоятельности), пробуждение творческих начал.

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

• Медиапедагогика предлагает различные креативные способы освоения учащимися таких понятий, как «фабула», «сюжет», «тема», «конфликт», «композиция», «кадр», «план», «монтаж» др. В самом общем виде эти способы можно разделить на:

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

«Литературно-имитационные» творческие занятия

Методика такого рода занятий успешно реализуется в игровой форме. Аудитории предлагается мысленно идентифицировать себя со сценаристами медиатекстов и написать:

- заявку на оригинальный сценарий (сценарный план) произведения медиакультуры любого вида и жанра;
- сценарную разработку - «экранизацию» эпизода известного литературного произведения;
- сценарную разработку эпизода из собственной заявки на оригинальный сценарий;
- оригинальный минисценарий произведения медиакультуры (например, рассчитанный на 3-5 минут экранного действия фильм, телесюжет, осуществимый в практике учебной видеосъемки);
- по написанному литературному минисценарию (или сценарной разработке эпизода) подготовить «режиссерский сценарий» произведения медиакультуры (фильм, радио/телепередача, компьютерная анимация и т.д.): с наметкой системы планом, ракурсов, движений камеры, монтажных принципов;

«Театрализованно-ситуативные» творческие занятия

- В задачу этого этапа входит подготовка и последующее создание учащимися медиатекстов (короткометражных фильмов, радио/телепередач, интернетных газет и журналов, веб-сайтов, компьютерной анимации и т.д.) по заранее написанным планам и минисценариям. Методика реализации «театрализованно-ситуативных» творческих заданий основывается на ролевой (деловой) игре: между учащимися распределяются роли «режиссеров», «операторов», «дизайнеров», «актеров» минисценариев и сценарных эпизодов, ведущих и участников «телепередач», журналистов и пр. После репетиционного периода «команда» приступает к практическому созданию медиатекста (снимается короткий видеофильм или телепередача, готовится интернетный сайт, газета и т.д.). При этом в целях творческого соревнования один и тот же минисценарий или план-макет онлайн газеты может воплощаться несколькими «авторскими» командами. Их трактовки сравниваются, обсуждаются достоинства и недостатки.

«Театрализованно-ситуативные» творческие занятия

- Роль педагога в процессе выполнения аудиторией подобных заданий сводится к вводной демонстрации азов функционирования медиатехники (видеосъемки, видеозаписи и видеопроекции, работы с компьютером), к тактичной коррекции хода выполнения заданий и участию в обсуждении полученных результатов. Иными словами, аудитории предоставляется как можно больший простор для фантазии, воображения, формальных поисков, выражения индивидуальности своего мышления, творчества.

«Театрализованно-ситуативные» творческие занятия

Перед аудиторией ставятся следующие конкретные задачи:

- «журналистские» (ведение «телепередач», «интервью», «репортажей с места события», практическое макетирование интернетной газеты или журнала);
- «режиссерские» (общее руководство процессом съемки согласно режиссерской разработке минисценария: выбор «актеров» («телеведущих») и т.д.);
- «операторские» (практическая реализация на видеопленке намеченной «режиссером» системы планов, ракурсов, мизансцены, движений камеры, глубины кадра и т.д.);
- «осветительские» (использование возможностей рассеянного, направленного, искусственного и естественного света, тенесилуэтного рисунка и т.д.);
- «звукооператорские» (использование шумов, музыкального сопровождения и т.д.);
- «декоративно-художественные» (использование естественных декораций, костюмов);
- «актерские» (исполнение ролей в учебном видеофильме, телепередаче);
- «монтажные» (выполнение функций монтажера, способного с помощью перезаписи существенно изменить форму снятого, созданного на компьютере материала и т.д.);
- -«электронных спецэффектов» (использование возможностей современной видео и компьютерной техники при создании медиатекста)

«Театрализованно-ситуативные» творческие занятия

- При видеосъемке и работе с компьютером в аудиторных условиях можно одновременно просматривать изображение на мониторе, осуществлять коррекцию, устранять погрешности и т.п. Это очень помогает во время «актерских» видеопроб. Каждый желающий может сыграть перед видеокамерой небольшую сценку, произнести монолог, а «режиссеры» могут тотчас же сравнить полученные результаты, отобрать необходимые варианты. Кроме того, сняв разные варианты одного и того же сценарного эпизода, можно сразу же после окончания выполнения задания коллективно обсудить полученный результат.
- Кроме игровых сюжетов на практических занятиях возможно осуществление творческих замыслов аудитории и в области документальных, анимационных медиатекстов и т.д.
- Документальные сюжеты могут быть связаны с пейзажными зарисовками и т.п. кадрами, не требующими длительного подготовительного и постановочного периодов. По тем же причинам анимационные видеосюжеты лучше готовить в либо в технике объемной (пластилиновой и пр.) мультипликации, либо с помощью персонального компьютера.

«Театрализованно-ситуативные» творческие занятия

Такого рода занятия носят чисто учебный характер и не имеют целью создания законченных произведений медиакультуры, претендующих на профессиональный уровень. Важен не результат в смысле создания, к примеру, фильма для конкурса видеолюбителей и т.п., а сам процесс постижения аудиторией аудиовизуального языка, развития их творческих способностей.

«Изобразительно-имитационные» творческие занятия

- Методика выполнения этих творческих занятий также рассчитана на игровые, ролевые возможности педагогического процесса. В полном соответствии с логикой этапов создания и выпуска в свет реальных произведений медиакультуры аудитория подходит к фазе, когда готовые медиатексты надо рекламировать, «продавать» на «рынке», «прокатывать» и т.д.
- Этим целям и подчиняются конкретные творческие задания, развивающие воображение, фантазию, ассоциативное мышление, невербальное восприятие аудитории:
 - создание рекламных афиш собственного медиатекста (вариант: афиши к профессиональным медиатекстам) с помощью фотоколлажа с дорисовками, либо основанных на оригинальных собственных рисунках;
 - создание рисунков и коллажей на тему российских и зарубежных произведений медиакультуры;
 - создание рисованных «комиксов» по мотивам тех или иных медиатекстов, рассчитанных на определенную возрастную аудиторию.

«Изобразительно-имитационные» творческие занятия

- После выполнения вышеупомянутых творческих заданий проводится конкурс афиш, коллажей, рисунков, комиксов - обсуждаются их достоинства и недостатки, авторы творческих работ имеют возможность публичной защиты своих произведений, отвечают на вопросы педагога и аудитории и т.д.
- Основной показатель выполнения задания: умение учащегося в невербальной форме передать свои впечатления от просмотра произведений медиакультуры.

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

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

«Восприятие звукозрительного образа - это визуальное переживание темпа, ритма, подтекста пластической формы киноповествования; результатом этого переживания являются чувственные и интеллектуальные ассоциации, которые возникают в процессе восприятия звукозрительного ряда, пластической композиции его составных частей и синтезируются в образном обобщении, содержащем в себе авторскую концепцию, многомерность художественной идеи».

- Кроме этого важнейшего показателя полноценного восприятия произведений медиакультуры по ходу занятий нужно иметь в виду усвоение аудиторией особенностей композиции кадра, его пространственного, цветоцветового, звукового, ракурсного решения, которое в синтезированном виде несет смысловую нагрузку. Аудитория должна овладеть также своего рода монтажностью мышления - эмоционально-смысловым состоянием элементов повествования, их ритмическим, пластическим соединением в кадре, эпизоде, сцене, чтобы в итоге восприятие медиатекстов основывалось на взаимосвязи нескольких процессов:

- восприятия динамически развивающихся зрительных образов;

- сохранения в памяти предыдущих аудиовизуальных, пространственно-временных элементов медиаобраза;

- прогнозирования, предчувствия вероятности того или иного явления в медиатексте.

- Цель данных занятий заключается в том, чтобы учащиеся, общаясь с медиа, развивали свою эмоциональную, творческую активность, невербальное мышление, звукозрительную память, из-за чего облегчается анализ и синтез звукозрительного, пространственно-временного образа произведения медиакультуры.

2.«Литературно-имитационные»

ТВОРЧЕСКИЕ ЗАНЯТИЯ

Методика их выполнения основывается на игровых, проблемных и ролевых элементах. Аудитории предлагается:

- описать основные признаки лучшей (худшей) установки на восприятие конкретного произведения медиакультуры;
- описать лучшие (худшие) объективные (обстановка во время просмотра и т.д.) и субъективные (настроение, индивидуальные психофизиологические данные и т. д.) условия восприятия медиатекстов;
- составить рассказ от имени главного героя или второстепенного персонажа медиатекста: с сохранением особенностей его характера, лексики и т.п. («идентификация», «сопереживание», «сотворчество»);
- поставить героя медиатекста в измененную ситуацию (с переменной названия, жанра, времени, места действия медиатекста, его композиции: завязки, кульминации, развязки, эпилога и т.д.; возраста, пола, национальности персонажа и т.д.);
- составить рассказ от имени одного из неодушевленных предметов, фигурирующих в медиатексте, изменив тем самым ракурс повествования в парадоксальную, фантастико-эксцентрическую сторону;

2.«Литературно-имитационные»

ТВОРЧЕСКИЕ ЗАНЯТИЯ

-вспомнить прозаические, поэтические, театральные, живописные, музыкальные произведения, ассоциирующиеся с тем или иным произведением медиакультуры, обосновать свой выбор;

-составить монологи («письма» в редакции газет и журналов, на телевидение, в министерство культуры и т.п.) представителей аудитории с различными возрастными, социальными, профессиональными, образовательными и иными данными, находящихся на разных уровнях медиавосприятия («первичная идентификация», «вторичная идентификация», «комплексная идентификация», учет ориентации на развлекательную, рекреативную, компенсаторную и другие функции медиакультуры и т.д.);

-на примере конкретного медиатекста массовой (популярной) культуры постараться раскрыть сущность механизма «эмоционального маятника» (чередования эпизодов, вызывающих положительные (радостные, веселые) и отрицательные (шоковые, грустные) эмоции у аудитории, то есть опора на психофизиологическую сторону восприятия);

-по списку самых популярных медиатекстов (российских и зарубежных) попытаться обосновать причины их успеха (опора на миф, фольклор, зрелищность жанра, систему «эмоциональных перепадов», наличие развлекательной, рекреационной, компенсаторной и других функций, счастливый конец, авторская интуиция и т.д.);

-по рекламным аннотациям (роликам) составить прогноз зрительского успеха новых медиатекстов.

2.«Литературно-имитационные» творческие занятия

В качестве худших вариантов установки на восприятие медиатекста аудитория может отметить полное отсутствие предварительной информации, либо, напротив слишком подробное вступительное слово педагога (искусствоведа, журналиста, культуролога), навязывающего свои выводы, разжевывающего аудитории концепцию еще не знакомого ей произведения, и т.п.

В числе лучших установок на восприятие могут быть названы тактичная, короткая по времени (до десяти минут) информация о творческом пути авторов медиатекста, о его жанре, о времени создания конкретного произведения, без предварительного анализа его достоинств и недостатков.

2.«Литературно-имитационные» творческие занятия

Занятие разделяется на следующие этапы:

-коллективный просмотр аудиовизуального медиатекста массовой (популярной) культуры;

-выделение эпизодов, которые вызвали у аудитории положительные и отрицательные эмоции с целью определения степени эмоционального воздействия конкретного произведения; -разбивка данного медиатекста на крупные сюжетные блоки с присвоением им соответствующих знаков: - (эпизод вызывает отрицательные эмоции страха, ужаса и т.д.); + (эпизод вызывает положительные - радостные, успокоительные эмоции) и = (эпизод эмоционально нейтрален); цель - показать на конкретном примере, как построена система «эмоциональных перепадов» («эмоционального маятника») медиатекста, добиться, чтобы аудитория поняла, что его воздействие нередко основано не на глубоком проникновении в характеры героев, в суть проблемы и т.д., а на своего рода знаковой системе чередования эпизодов-блоков с полярным эмоциональным наполнением.

3. «Театрализованно-ситуативные» творческие занятия

- Методика проведения этих занятий основана на театрализованных этюдах, связанных с теми же понятиями и проблематикой, что и на этапе «литературно-имитационных» занятий. Оба этапа взаимно дополняют друг друга, развивают разные стороны креативных способностей аудитории.
- По аналогии с последовательностью «литературно-имитационных» занятий аудитории предлагается: -разыграть «актерскими» средствами различные варианты установки на восприятие (к примеру, вступительное слово ведущего видео/киноклуба); -разыграть театрализованные этюды на тему объективных и субъективных условий медиавосприятия и т.д.

3. «Театрализованно-ситуативные» творческие занятия

- Разыгрывая данные этюды, можно имитировать шумное поведение аудитории во время просмотра, стрессовые ситуации, полученные зрителями накануне контакта с медиатекстом (крупный выигрыш в лотерею, отчисление из школы и т.д.), диалоги, споры нескольких представителей разных типов восприятия. Словом, в веселой, полупародийной форме глубже постигать особенности процесса восприятия произведений медиакультуры. В целом же весь комплекс занятий по развитию медиавосприятия готовит аудиторию к следующему этапу - анализу медиатекстов.

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

Основные этапы данного цикла выглядят следующим образом:

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

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

- Необходимо идти от простого к более сложному: сначала выбирать для обсуждения, анализа ясные по фабуле, авторской мысли, стилистике медиатексты. Затем, стремиться учесть жанровые, тематические предпочтения аудитории. Разумеется, здесь вновь используются творческие, игровые, эвристические и проблемные задания, существенно повышающие активность и заинтересованность аудитории. Эвристическая форма проведения занятия, в ходе которой аудитории предлагается несколько ошибочных и верных суждений, существенно облегчает учащимся аналитические задачи и служит как бы первой ступенью к последующим игровым и проблемным формам обсуждения медиатекстов. В ходе реализации эвристических подходов методики проведения занятий аудитории предлагаются:

- истинные и ложные трактовки логики авторского мышления на материале конкретного эпизода медиатекста;

- верные и неверные варианты авторской концепции, раскрывающейся в конкретном медиатексте.

Игровые формы проведения занятий логически продолжают предыдущие. Предлагаются следующие варианты игровых заданий:

1) литературно-имитационные, в ходе которых аудитория должна написать:

-аннотации и сценарии рекламных медиатекстов (или «антирекламы», направленной на высмеивание недостатков медиатекста);

-свои варианты «улучшения качества» тех или иных известных медиатекстов: какие изменения можно внести в дизайн и макет сайта, журнала, газеты, каких актеров/ведущих взяли бы на главные роли в фильме или телепередаче, что изменили бы в сюжете конкретного медиатекста (изъятия, дополнения и пр.).

2) «театрализованно-ситуативные» творческие занятия: -
театрализованный этюд на тему «пресс-конференции» с «авторами»
медиатекста («телеведущим», «сценаристом», «режиссером»,
«актерами», «оператором», «композитором», «художником»,
«звукооператором», «продюсером», «дизайнером» и др.); «журналисты»
по ходу занятия задают заранее подготовленные вопросы, порой
каверзные, «авторам», которые в свою очередь предварительно
готовились к «защите» своего гипотетического (или действительно
созданного в ходе предыдущих упражнений) детища - конкретного
медиатекста и пр.;

-театрализованный этюд на тему интервью с «зарубежными деятелями
медиакультуры» (с аналогичным распределением функций);

-театрализованный этюд на тему «международной встречи
медиакритиков», которые осуждают различные аспекты, связанные с
медиа, анализируют отдельные произведения и т.д.;

-«юридический» ролевой этюд, включающий процесс «расследования»
преступлений главного отрицательного персонажа медиатекста, «суд»
над авторами произведения медиакультуры;

-театрализованный этюд на тему рекламной компании в сфере медиа:
конкурс «медиа реклама» (вариант – «антиреклама»).

«Театрализованно-ситуативные» творческие занятия дополняют и обогащают умения, приобретенные аудиторией во время «литературно-имитационных» игровых практических занятий. Помимо умений устного коллективного обсуждения, они способствуют раскрепощенности, общительности аудитории, делают речь учащихся более свободной, активизируют импровизационные способности. К недостаткам некоторых «театрализованно-ситуативных» занятий можно, вероятно, отнести достаточно длительный этап предварительной подготовки аудитории, которая требуется, чтобы войти в роль «авторов», «журналистов» и т.д.

Следующий цикл занятий состоит в проблемных коллективных обсуждениях и в рецензировании медиатекстов. Здесь могут использоваться следующие виды проблемных творческих заданий:

- сопоставление и обсуждение рецензий (статей, книг) профессиональных медиакритиков, журналистов;

- подготовка рефератов, посвященных теоретическим проблемам

медиакультуры;

- устные коллективные обсуждения (с помощью проблемных вопросов педагога) медиатекстов;

- письменные рецензии учащихся на конкретные медиатексты разных видов и жанров.

- Аудитория ищет ответы на следующие проблемные вопросы: «В чем авторы рецензий видят достоинства и недостатки данного медиатекста?», «Насколько глубоко рецензенты проникают в замысел автора?», «Согласны ли вы или нет с теми или иными оценками рецензентов? Почему?», «Есть ли у рецензентов свой индивидуальный стиль? Если да, то в чем он проявляется (стилистика, лексика, доступность, наличие иронии, юмора и т.п.)?», «Что устарело, а что - нет в данной книге?», «Медиатексты какой тематической, жанровой направленности поддерживает автор статьи, книги? Почему?», «Почему автор построил композицию своей книги так, а не иначе?» и т.д. Затем - работа над рефератами. И только потом - самостоятельное обсуждение медиатекстов.

Общая схема обсуждения медиатекста:

-вступительное слово ведущего (его цель - дать краткую информацию о создателях медиатекста, напомнить предшествующие их работы, чтобы аудитория могла выйти за рамки конкретного произведения и обратиться и к другим произведениям этих авторов; если есть в том необходимость, остановиться на историческом или политическом контексте событий, ни в коем случае не касаясь художественных, нравственных и иных оценок авторской позиции, и, разумеется, не пересказывая фабулу произведения), то есть установка на медиавосприятие;

-коллективное «чтение» медиатекста (коммуникативный этап); -обсуждение медиатекста, подведение итогов занятия. Обсуждение медиатекстов начинается с относительно более простых для восприятия произведений массовой (популярной) культуры со следующими этапами:

- выбор эпизодов, наиболее ярко выявляющих художественные закономерности построения всего фильма;
- анализ данных эпизодов (попытка разобраться в логике авторского мышления - в комплексном, взаимосвязанном развитии конфликта, характеров, идей, звукозрительного ряда и т.д.);
- выявление авторской концепции и ее оценка аудиторией.

Завершается обсуждение проблемно-проверочным вопросом, определяющим степень усвоения аудиторией полученных умений анализа медиатекста (например: «С какими известными вам медиатекстами можно сравнить данное произведение? Почему? Что между ними общего?» и т.д.).

- Базовая структура сюжетных стереотипов в медиатексте

Герой/героиня	Фактор изменений	Проблема	Поиски решения	Возврат к стабильности
Преступник/полицейский	Ограбление/убийство	Нарушение закона	Расследование, преследование преступника	Полицейский ловит/убивает преступника

- Типичные жанровые стереотипы в медиатекстах

Жанры медиатекстов	Типичные элементы медиатекстов					
	Персонажи, актеры	Обстановка	Одежда персонажей	Ситуации	Сюжетная схема	Приемы изображения действий и персонажей
Вестерн						
Гангстерская драма						
Фильм ужаса						
Мелодрама						

Характеристика актера-звезды в различных ролях и фильмах

№	Качество персонажа	Название фильмов, сериалов с участием актера-звезды:						
		Фильм №1	Фильм №2	Фильм №3	Фильм №4	Фильм №5	Фильм №...	Фильм №10
1	нежный							
2	мягкий							
3	жесткий							
4	интеллектуал							
5	боец							
6	романтик							
7	бунтарь							
8	одиночка							
9	скрытный							
10	моралист							