

Основні методологічні підходи до медіаосвіти

Медіаосвіта

Напрямок у педагогіці, скерований на вивчення закономірностей масової комунікації.

Основні завдання:

- підготувати нове покоління до життя в інформаційному суспільстві, до сприйняття інформації, усвідомлення наслідків її впливу на психіку
- формування культури спілкування з медіа, творчих, комунікативних здібностей, критичного мислення, умінь повноцінного сприйняття, інтерпретації, аналізу й оцінки медіатекстів
- навчання різноманітних форм самовираження через створення медіатекстів
- оволодіння способами спілкування на основі невербальних форм комунікації за допомогою технічних засобів

Російська педагогічна енциклопедія, 1993

Медіаосвіта

Процес розвитку особистості за допомогою і на матеріалі засобів масової комунікації (медіа) з метою формування:

- культури спілкування з медіа,
- творчих, комунікативних здібностей,
- критичного мислення,
- умінь повноцінного сприйняття, інтерпретації, аналізу та оцінки медіатекстів,
- навчання різним формам самовираження за допомогою медіатехніки.

Медіаосвіта

Вивчення медіа, яке відрізняється від навчання за допомогою медіа.

Медіаосвіта пов'язана **одночасно**

- з пізнанням того, як створюються і поширюються медіатексти
- з розвитком аналітичних здібностей для інтерпретації та оцінки їх змісту

International Encyclopedia of the Social & Behavioral Sciences.

Vol. 14, 2001

Медіаосвіта

Навчання теорії і практичним умінням для оволодіння сучасними засобами масової комунікації, що розглядаються як частина специфічної і автономної області в педагогічній теорії і практиці, яке слід відрізнити від використання засобів масової комунікації як допоміжних засобів у викладанні інших галузей знань, таких, як, наприклад, математика, фізика або географія.

Думки вчених про медіаосвіту

Медіаосвіта – це навчання на матеріалі та за допомогою ЗМІ, кінцева мета якого – медіаграмотність, здатність до критичного сприйняття медіаповідомлень. *А. Литвин*

Мета медіаосвіти у тому, щоб «дати учням розуміння того, як і чому медіа відображають суспільство і людей», а головне «розвивати аналітичні здібності і критичне мислення відносно медіа» разом з вивченням їх мови. *Р. Кьюбі*

Принципи медіаосвіти за Л.Мастерманом

1. Медіаосвіта - це серйозна і важлива область, пов'язана з більшістю соціальних структур демократичного суспільства.
2. Центральна концепція медіаосвіти - репрезентація. Медіа не відображають реальність, а представляють її, використовуючи систему знаків і символів. Без цього принципу медіаосвіта неможливо.
3. Медіаосвіта це процес, що триває все життя людини. Однак – учні є пріоритетною аудиторією для медіаосвіти.
4. Цілі медіаосвіти полягають не тільки у вихованні критичного мислення, але критичної автономії.
5. Медіаосвіта - це дослідницький процес.
6. Медіаосвіта - актуальна і своєчасна, вона втілює вираз "тут і тепер" в широкому ідеологічному та історичному контексті.
7. Ключові поняття медіаосвіти в більшій мірі аналітичні інструменти, ніж альтернативний зміст.
8. Зміст в медіаосвіті означає розвиток варіативних аналітичних інструментів.

9. Ефективність медіаосвіти може бути оцінена двома критеріями: здатністю учнів застосувати своє критичне мислення в нових ситуаціях і кількістю зобов'язань і мотивацій, виражених ними по відношенню до медіа.
10. В ідеалі оцінка медіаосвіти учнів - це їх власна самооцінка.
11. Медіаосвіта намагається змінити відносини між учителем і учнями, даючи їм можливість для роздумів та діалогу.
12. Медіаосвіта - це , скоріше, діалог, ніж дискусія.
13. Медіаосвіта в основному активна і покликана розвинути більш відкритих і демократичних педагогів. Коротше, медіаосвіта - це безліч нових шляхів діяльності і застосування їх в нових областях.
14. Медіаосвіта направлена на спільне, переважно групове, навчання.
15. Медіаосвіта складається з "практичної критики" і "критичної практики“.
16. Медіаосвіта вбирає в себе відносини між батьками, професіоналами у галузі медіа та педагогами.
17. Медіаосвіта пов'язана з принципом постійно триваючих змін.
18. Медіаосвіта - особлива область. Існуючі знання не просто передаються вчителями або "відкриваються" учнями. Це предмет критичного дослідження та діалогу, в ході яких нові знання активно здобуваються педагогами і учнями.

Базові цілі медіаосвіти:

- розвиток комунікативних здібностей учнів;
- формування критичного мислення;
- навчання сприйманню інформації, перекодуванню візуального образу у вербальну знакову систему;
- оцінювання якості інформації, вироблення вмінь вибирати при «споживанні» інформації з мас-медіа;
- підвищення загальнокультурного рівня особистості.

Послідовність етапів медіаосвіти:

1. Оволодіння технічними засобами нових медіа.
2. Навчання сприймати інформації з екрану.
3. Навчання оцінювати якість інформації.
4. Формування критичного мислення учня.
5. Навчання емоційного сприйняття творів сучасної медіакультури.
6. Розкриття технології створення й інтерпретації інформації.
7. Творчість за допомогою засобів нових медіа.

Шість ключових понять медіаосвіти за К. Безелгетом та Е. Хартом

1. **“агентства медіа”**. Організація, яка займається виробництвом, розповсюдженням і продажем медіатекстів (газет, журналів, фільмів, теле / радіопередач, інтернет-сайтів, реклами і т.д.), збиранням, обробленням медійної інформації.
2. **“категорії медіа”**. Види медіа і жанри (репортаж, інтерв'ю, драма, комедія, портрет, пейзаж і ін) медіатекстів.
3. **“технології медіа”**. Способи створення медіатекстів за допомогою комплексу медіатехніки.
4. **“мова медіа”**. Комплекс засобів і прийомів медійної виразності і комунікації.
5. **“аудиторії медіа”**. Диференційовані за різними ознаками групи людей, що контактують з медіатекстами.
6. **“репрезентації медіа”**. Переосмислення, трактування реальності в медіатексті.

Агентства медіа

Питання: «Погляди якої телекомпанії відбиває такий-то ведучий теленовин?»

«Чому така-книга випущена маленьким тиражем, а така-то - великим?»

«Чому режисер А. отримав в Голлівуді 300 мільйонів доларів на зйомки фільму, а режисер В. завжди працює з відносно малим бюджетом? »

На остаточний варіант медіатексту впливають багато факторів складними шляхами, що бувають часто «непрозорими», прихованими від сторонніх очей.

Категорії медіа

Як категорії медіа визначають пов'язані з текстами очікування і тим самим впливають на те, як їх розуміють?

Поділ медіатекстів за категоріями може стати методом розвитку уявлень учнів про те, як розуміють тексти та як (і навіщо!) вони створюються.

Технології медіа

Технічні можливості, обмеження і рішення завжди можуть висунути перед нами такі питання:

«Кому і яка технологія доступна?»

«Як вона використовується?»

«Який вплив надають дані технології на кінцевий результат?»

Мова медіа

Розуміння учнями мови медіа включає ідеї про те, як певні набори смислів можуть бути закодовані:

« Яким чином можна позначити зміни часу і місця дії в медіатекстах? »

« Як можуть бути показані типові характери і ситуації? ».

«Який «код» зображення «поганих хлопців», а який - «Попелюшки» або «Супермена?»»

Аудиторії медіа

- «Як «агентство» визначає аудиторію для медіатексту?»
- «Яким способом «агентство» звертається до аудиторії?»
- «Чи може «агентство» «створювати» свою аудиторію?»
- «На яку аудиторію розрахований той чи інший медіатекст?»
- «Коли і як найчастіше аудиторія отримує медіатексти?»
- «Як аудиторія сприймає і оцінює медіатексти?»
- «Яке задоволення (компенсацію) може (розраховує) отримати та чи інша аудиторія від того чи іншого медіатексту?»
- «Яка типологія сприйняття й оцінки медіатекстів аудиторією?»
- «Які причини масового успіху (відсутність масового успіху) конкретного медіатексту в аудиторії?»

Репрезентації медіа

«Які рішення приймаються агентством у зв'язку з відношенням реального світу й медіатексту?»

«До якого думку приходить аудиторія з приводу відносин реального світу й медіатексту?»

Таким чином, розглядаються проблеми репрезентації реальності з боку агентства і її трактування з боку аудиторії.

Ключові поняття медіаосвіти:

1. Хто передає інформацію і чому? Агентства медіа
2. Який це тип тексту? Категорії медіа
3. Як це текст створений? Технології медіа
4. Як ми дізнаємося про те, що цей текст означає? Мови медіа
5. Хто сприймає цей текст, і який сенс з нього витягує? Аудиторії медіа
6. Як цей текст являє свою тематику? Репрезентації медіа

У навчальних закладах України необхідно сформувати такі вміння:

1. Орієнтуватися в сучасному медіапросторі, розуміти основні принципи функціонування різних видів засобів масової інформації.
2. Розрізняти інформацію за рівнем впливу на особистість, аналізувати й оцінювати медіаповідомлення.
3. Розшифровувати та використовувати закодовану в медіаповідомленнях інформацію.
4. Знати правила культури спілкування в інформаційному суспільстві та методи захисту від можливих негативних впливів у процесі масової комунікації.
5. Розрізняти та застосовувати методи організації професійної діяльності з використанням технології мультимедіа; збирати, обробляти, зберігати та передавати інформацію з урахуванням пріоритетів професійної діяльності.
6. Самостійно створювати медіаповідомлення в галузі професійної діяльності.

Два напрями медіаосвіти

1. Наголос робиться на формуванні автономної від медіа особистості.
2. На опануванні медіаобладнанням та використанні можливостей медіа в навчальному процесі.

96,15 % медіапедагогів з 10 країн вважають правильним визначення медіаосвіти, запропоноване ЮНЕСКО.

Медіаосвіта, інтегрована в шкільні дисципліни, покликана виконувати функцію підготовки школярів до життя в інформаційному просторі шляхом посилення медіаосвітнього аспекту при вивченні різних навчальних дисциплін.

Висновки опитування вчителів

1. Незаперечною є актуальність використання медіа в професійній діяльності.
2. Учителі виділяють такі важливі цілі, які можна вирішити за допомогою використання медіа:
 - a) аналізувати, критично осмислювати й створювати медіатексти;
 - b) визначати джерела медіатекстів, їх політичні, соціальні, культурні інтереси, їх контекст;
 - c) інтерпретувати медіатексти й цінності, поширювані медіа;
 - d) відбирати відповідні медіа для забезпечення сучасного навчально-виховного процесу;
4. Мотивація використання медіа розвинена на середньому рівні.
5. Наявність медіазнань не достатня в усіх групах опитаних вчителів.

Вимоги до мінімально необхідного рівня підготовки учнів :

- віднаходити потрібну інформацію в різних джерелах;
- переводити візуальну інформацію у вербальну знакову систему та навпаки;
- трансформувати інформацію, видозмінювати її обсяг, форму, знакову систему, носій та ін., відповідно до мети комунікаційної взаємодії та особливості аудиторії, для якої її призначено;
- розуміти мету комунікації, скерованість інформаційного потоку;
- аргументувати власні висловлювання;
- віднаходити помилки в одержуваній інформації, вносити пропозиції щодо їхнього виправлення;
- сприймати альтернативні точки зору та висловлювати аргументи «за» та «проти» кожного з них;
- складати рецензії та анонси інформаційних повідомлень;
- установлювати асоціативні та практично доречні зв'язки між повідомленнями;
- вичленовувати головне в інформаційному повідомленні;
- складати план інформаційного повідомлення, пропонувати форму його викладу, адекватні змістові;
- працювати з інструментарієм підготовки, передачі та одержання інформації.

Практичні вправи і творчі завдання

1. Підбір інформації з якої-небудь теми з доступних джерел;
2. Ознайомлення з телепрограмою з наступним складанням анонсів декількох передач за їх назвами;
3. Пропозиція теми і назви передач, статей, відео / аудіо продукції, які можуть доповнити досліджуваний у школі матеріал з якого-небудь предмету;
4. Вибір трьох найкращих фільмів / мультфільмів поточного телетижня, обґрунтування свого вибору;
5. Ранжування запропонованої інформації за її соціальною значимістю;
6. Складання тематичної підбірки інформаційних матеріалів з газет і журналів з якої-небудь теми;
7. Запис декількох телесюжетів з певної теми, складання до них завдань і коментаря.
8. Складання короткого опису відеосюжету на певну тему;

9. Прослуховування усної інформації з наступним викладом її у вигляді коміксу;
10. Прослуховування усної інформації з наступною ілюстрацією її малюнками;
11. Прослуховування усної інформації з наступним складанням сценарного плану відеосюжету;
12. Виклад запропонованої інформації у формі послання в майбутнє;
13. Виклад запропонованої інформації у формі послання в минуле;
14. Виклад запропонованої інформації в жанрі публікації в "Аргументи і факти";
15. Виклад запропонованої інформації, із зміною її таким чином, щоб вона стала доступною маляті;
16. Ознайомлення з інформацією з метою визначення аудиторії, якій вона адресована;
17. Ознайомлення з інформацією з метою зміни її з урахуванням запропонованого нового адресата;

18. Ознайомлення з інформацією та з коментарем до неї з метою обґрунтування власної позиції по відношенню до коментарю;
19. Ознайомлення з інформацією з метою виявлення та виправлення в ній помилок;
20. Ознайомлення з інформацією з метою складання анонса;
21. Ознайомлення з інформацією з метою складання рецензії;
22. Ознайомлення з інформаційним повідомленням з метою складання плану, за яким можна відтворити його головну думку;
23. Ознайомлення з інформаційним повідомленням з метою складання плану, за яким можна відтворити сюжет;
24. Ознайомлення з інформаційним повідомленням з метою знайти на контурній карті місця, де відбуваються викладені події.
25. Ознайомлення з інформаційним повідомленням з метою представлення запропонованої інформації в табличній формі і т.д.

Творчі завдання

- Складання асоціативного ряду до категорій "фільм", "роман", "п'єса", "телепередача".
- Порівняння двох кадрів (двох фотографій, малюнків), в яких одна і та ж сцена зображена в різних ракурсах.
- Аналіз кадру (фотографії, плаката, рекламного постера) з точки зору того, що там відбувається.
- Придумування продовження до тієї чи іншої ситуації, що міститься в медіатексті .
- Читання короткої розповіді. Міркування над тим, які зміни в сюжеті чи деталях розповіді сприятимуть кращій його екранізації.
- Моделювання сюжетних стереотипів.
- Ознайомлення з першим (або фінальним) епізодом медіатексту з наступною спробою передбачити подальші (попере
- Читання сценарного рядка (наприклад: "Він сидить біля багаття й читає лист, потім кидає його у вогонь"). Підготовка серії кадрів "екранізації" цього сценарного рядка дні події.

- Зйомка короткого відеосюжету (тривалість: 1-3 хв.) з використанням різних способів зйомки.
- Прослуховування уривків з фонограми до медіатекстів і спроба визначення, із якого виду і жанру медіатекстів вони взяті.
- Перегляд не озвученого уривка медіатексту. Розробка свого плану звукової доріжки для даного фрагмента.
- Робота з жанровими стереотипами (сюжетними схемами, типовими ситуаціями, персонажами, мімікою і жестами, одягом, предметами, місцем дії тощо).
- Читання списку назв різних медіатекстів (передбачається, що дані тексти ще не відомі аудиторії). Спроба (судячи тільки по назвах) визначення жанру і сюжетної схеми тексту.
- Розробка рекламної кампанії медіатексту - складання сценаріїв теле / радіореклами, афіш.
- Складання програм теле / радіопередач для різного роду каналів з урахуванням часу виходу в ефір, аудиторії, конкурентної здатності.

- Складання заявки на медіатекст визначеного виду й жанру. Підготовка десятихвилинного випуску теле / радіоновин (добір інформації, інтерв'ю, написання текстів, з'єднання, читання, запис матеріалу на аудіо / відеомагнітофон і т.д.)
- Підготовка макета газети (журналу). Монтаж окремих частин медіаматеріала (фотографій, відеосцен, малюнків і т.д.).
- Розробка міні-сценарію медіатексту.
- Вивчення списку найбільш касових фільмів за кілька останніх десятиліть, обґрунтувати причини їх успіху.
- Спроба обґрунтування своїх відповідей. Переказ сюжету зі зміною жіночих і чоловічих ролей, стилю життя персонажів і т.д.
- Складання списку акторів, актрис, телеведучих, яких на даний момент можна вважати зірками. Складання пронумерованого списку фільмів, в яких грав даний актор/актриса.
- Аналіз рекламних афіш медіатекстів (візуальна й письмова інформація, найважливіша частина даної інформації, указівки на жанр медіатексту, композиція афіші). Складання прогнозу успіху того чи іншого рекламованого медіатексту в аудиторії.

- Аналіз обсягу медіатексту (газети, телепередачі, фотографії, малюнки, рекламних матеріалів, статей, діалогів і т.д.).
- Аналіз медіатексту на історичну тему, заснованого на документальних фактах. Вивчення країнознавчих, політичних та історичних матеріалів, що стосуються даної теми і даного періоду часу. Порівняння вивчених матеріалів із зображенням історичних подій у медіатексті (образ країни, народу, раси, національності, соціального ладу, політичного управління, системи правосуддя, освіти, трудової діяльності тощо).
- Порівняння кілька точок зору (наприклад, професійних журналістів, мистецтвознавців) про події, відображених у медіатексті і про сам медіатекст.
- Дослідження ситуації, пов'язаної із закриттям або заборонаю того чи іншого джерела медіаінформації (газети, журналу, передачі, фільму), з політичної медіакомпанією за / проти того чи іншого політичного діяча.
- Розташування запропонованих педагогом тез у порядку їх значущості для розуміння й опису конкретного медіатексту .

- Опис та аналіз конкретного епізоду з медіатексту, включаючи обґрунтування вчинків і слів персонажів, образотворчий ряд тощо.
- Підбір жанрових і тематичних аналогів до конкретного медіатексту.
- Розкрити сутність механізму психофізіологічного сприйняття.
- Порівняння результатів виконання індивідуальних і групових творчих завдань.
- Скласти прогноз глядацького успіху нових медіатекстів за рекламними анотаціями (роліками).
- Зіставлення та обговорення рецензій (статей, книг) професійних медіакритиків, журналістів.

Історичні уміння, для навичок роботи з медіатекстами

- проводити пошук історичної інформації в джерелах різного типу;
- критично аналізувати джерело історичної інформації (характеризувати авторство джерела, час, обставини і мету його створення);
- аналізувати історичну інформацію, представлену в різних знакових системах (текст, карта, таблиця, схема, аудіовізуальний ряд);
- розрізняти в історичній інформації факти і думки, історичні описи та історичні пояснення;
- брати участь у дискусіях з історичних проблем, формулювати власну позицію з обговорюваних питань, використовуючи для аргументації історичні відомості.

Робота з історичним фільмом

1. Які виразні засоби та з якою метою були використані авторами фільму?
2. Яка, на Ваш погляд, мета створення цього фільму?
3. З яких позицій представлені події, що відбуваються?
4. Хто є головною дійовою особою фільму, якого підходу до вивчення історії це відповідає?
5. Які групи населення представлені у фільмі, наскільки це уявлення відповідає сучасним поглядам?
6. Чи можуть бути проведені будь-які історичні аналогії між подіями, про які йдеться у фільмі, і дійсними подіями, про які розповідає фільм?
7. Чи існують фактологічні невідповідності між образом історії, представленим у фільмі, і Вашими знаннями по даному періоду? Якщо так, то чим вони могли бути викликані?
8. Що ми можемо дізнатися про епоху створення фільму з аналізу його змісту і художнього втілення?
9. Що б Ви змінили у фільмі і чому, якщо б Вам довелося знімати його сьогодні?

Вісім основних підходів до медіаосвіти

1. Freeze Frame (**Заморожування кадру**).
2. Sound and Image (**Звук і зображення**).
3. Spot the Shots (**Місце і кадр**).
4. Top and Tail (**Початок і кінець**).
5. Attracting Audiences (**Залучення аудиторії**).
6. Generic Transformations (**Видові трансформації**).
7. Generic Transformations (**Видові трансформації**).
8. Simulation (**Імітація**)

Учні повинні:

1. мати доступ до друкованих, візуальних та електронних медіа з різними цілями
2. володіти термінологією медіаосвіти
3. розуміти, що всі медіатексти містять «повідомлення» (messages)
4. вміти «декодувати» й аналізувати (за допомогою так званого «критичного аналізу») медіатексти в історичному, соціальному та культурному контексті, розуміючи при цьому відносини між аудиторією, медіатекстом і навколишньою дійсністю
5. на основі отриманих знань мати можливість створювати власні медіатексти різного характеру, обговорювати свої медіапроекти, як і медіатексти, створені іншими людьми

Аспект доступу до медіа

Молодший шкільний вік

1. інформації та розваги
2. найпростіших дослідницьких робіт
3. навчання
4. оцінки мови медіатекстів і деяких їх форм і жанрів (новини, анімація, реклама, драма тощо)
5. знання термінології найважливіших частин медіаобладнання (камера, проектор, комп'ютер, слайд і т. д.), уміння виконувати основні операції на цьому обладнанні
6. уміння розрізняти частини медіатексту (наприклад, кадри)
7. знання основних медіапрофесій (журналіст, режисер, оператор і т. д.)

Аспект доступу до медіа

Середній шкільний вік

1. використання широкого кола медіа для інформації, розваги та комунікації
2. доступ до медіаресурсів для визначення, дослідження й репрезентації питань і проблем
3. доступ до баз даних (бібліотека, медіатека) для пошуку первинних і вторинних ресурсів для здійснення тих чи інших проектів
4. використання медіа для оцінки мови медіатекстів та їх деяких форм, жанрів і категорій
5. уміння «читання», ідентифікації й обговорення аудіовізуальних текстів, у тому числі питань, пов'язаних з мовою медіа (ракурс, план, колір, звук і т. д.)
6. уміння описати головні функції тих чи інших творців медіатекстів і людей, пов'язаних з їх поширенням

Аспект доступу до медіа

Старший шкільний вік:

1. уміння добору медіатекстів широкого спектра форм та обґрунтування причин свого вибору
2. доступ до медіаресурсів для визначення, дослідження й репрезентації питань і проблем
3. доступ до баз даних (бібліотека, медіатека) для пошуку первинних і вторинних ресурсів для здійснення тих чи інших проектів, уміння добору тих даних, що найкраще підходять для даного проекту
4. використання медіа для оцінки мови медіатекстів і широкого кола їх форм, жанрів і категорій
5. уміння «читання», ідентифікації й обговорення аудіовізуальних текстів, у тому числі питань, пов'язаних з мовою медіа, включаючи такі складні, як «монтаж», робота редактора й т. д.
6. уміння описати головні функції тих чи інших творців медіатекстів і людей, пов'язаних з їх поширенням (включаючи маркетинг, прес-макет, політичні кампанії в медіа й ін.)

Аспект аналізу медіатекстів

Молодший шкільний вік

1. дослідження типології фабул, що зустрічаються в медіатекстах, і порівняння нових типів фабул з тими, котрі були відомі учням раніше
2. використання раніше отриманих знань і вмінь
3. пояснення своїх переваг стосовно медіапродукції
4. ідентифікація й опис різних стереотипів у медіатексті (наприклад, герой, лиходій і т. д.)
5. розуміння розходжень між видами медіа (преса, ТВ, кіно й т. д.)
6. розуміння деяких шляхів організації матеріалу в медіатексті
7. аналіз того, як словесні й візуальні символи утворюють якесь значення (наприклад, роль знаків у рекламі)
8. знання різних типів реклами в різноманітних формах і видах медіатекстів
9. розгляд типів сюжетів, використаних у рекламі, новинах, документальних та ігрових медіатекстах
10. розуміння й пояснення зав'язків, розвитку дії та розв'язки сюжету в медіатексті

Аспект аналізу медіатекстів

Середній шкільний вік

1. визначення способів побудови сюжету (наприклад, за допомогою закадрового тексту)
2. аналіз кількох сюжетних ліній в оповіданні
3. уміння ставити запитання з приводу головної думки медіатексту, вираження думки з приводу його змісту (точність, доречність, упередженість і т. д.) і форми
4. опис того, як різні елементи медіатексту допомагають створити атмосферу та зміст добутку
5. порівняння власного досвіду з аналогічним досвідом у сфері медіа всередині своєї вікової групи
6. розуміння деяких стереотипів опису медіатекстів різними учнями їх вікової групи, у тому числі того, як на ці описи впливають різні соціальні, расові та культурні особливості
7. розуміння специфіки жанру й виду медіатексту (реклама, новини, телешоу й т. д.);
8. розуміння ряду шляхів організації та представлення життєвого матеріалу в медіатексті
9. розпізнавання символічних кодів, використовуваних медіа (кадр, ракурс і т. д.)
10. пояснення того, як інформація співвідноситься з кодами й умовностями медіа
11. аналіз того, як впливає на медіатекст відсутність або наявність реклами
12. розгляд того, як одна й та сама історія може бути адаптована для різного типу аудиторій
13. розпізнавання сюжетних моделей і того, як вони використовуються в документальних та ігрових медіатекстах

Аспект аналізу медіатекстів

Старший шкільний вік

1. розуміння сюжету як серії сконструйованих умовностей, таких як мотиви вчинків персонажів, епізоди, ієрархія подій і героїв і т. д.
2. аналіз яких відкрито виражених ідей, тих чи інших пристрастей (упередженостей) авторів медіатексту мається на увазі
3. розуміння, що основний зміст медіатексту передається через комбінацію елементів (таких як звук, кадр, перспектива тощо)
4. порівняння гендерних, соціальних і професійних стереотипів у медіатекстах різних «культурних полів»
5. розуміння того, як жанр проясняє очікування аудиторії стосовно змісту медіатексту
6. розуміння ряду шляхів організації й представлення життєвого матеріалу в медіатексті та критичний аналіз думок інших учнів
7. аналіз того, як символічні коди, використовувані медіа (кадр, ракурс і т. д.), можуть взаємодіяти один з одним для створення визначеного змісту тексту
8. аналіз ефекту впливу реклами, розгляд значення реклами для комерційних медіа
9. порівняння шляхів, якими різні види медіа інтерпретують схожі фабули чи історії
10. порівняння й аналіз медіатекстів однакових і різних типів (наприклад, репортажі в різних газетах, на телебаченні, у системі Інтернет)

Аспект оцінки медіатекстів

Молодший шкільний вік

1. розуміння різниці між реальною подією та її відображенням у медіатексті
2. постановка запитань про зміст медіатексту на основі своїх знань і життєвого досвіду
3. опис деяких деталей медіатексту й того, як вони роблять цей текст більш цікавим
4. дослідження шляхів, якими медіа може впливати на особистість
5. висловлення під час дискусії про медіапродукцію
6. уважне та критичне «читання» медіатекстів, призначених для розваги, розуміння їх основних ідей, змісту
7. дослідження впливу медіа на оточення учнів (родина, дім, школа)
8. визначення того, для якої аудиторії призначений той чи інший медіатекст

Аспект оцінки медіатекстів

Середній шкільний вік

1. визначення різниці між реальною подією та її відображенням у медіатексті, дискусія на цю тему
2. постановка запитань про різні аспекти медіатексту, таких як трактування, валідність (ваговість, обґрунтованість) фактичного матеріалу, їх порівняння з думкою інших учнів, вираження своєї думки
3. визначення, аналіз та інтерпретація медіатексту з погляду аудиторій, що належать до різних культур, віку, освітніх і соціальних рівнів і т. д.
4. використання медіатексту для дослідження людських відносин, нових ідей, своєї та чужої культури («діалог культур»)
5. оцінка ефективності різних елементів, використовуваних у медіатексті;
6. вираження власних переваг під час дискусії про медіапродукцію й обґрунтування свого вибору
7. уважне та критичне «читання» медіатекстів
8. усвідомлений вибір медіатекстів для свого «читання» й опис того, як зміст відбиває розважальний чи інформаційний аспект
9. аналіз впливу медіа на професійний розвиток і дозвілля людей
10. аналіз того, як «медіапослання» створюється з урахуванням різних типів аудиторії

Аспект оцінки медіатекстів

Старший шкільний вік

1. визначення різниці між реальною подією та її відображенням у медіатексті, дискусія на цю тему
2. підбір прикладів соціальних впливів деяких медіатекстів
3. розпізнавання конкретних й абстрактних значень у медіатексті, розуміння того, що люди сприймають медіатексти диференційовано - у залежності від багатьох факторів, таких як вік, стать, раса, життєвий досвід
4. використання медіатексту для дослідження людських відносин, нових ідей, своєї та чужої культури («діалог культур»), критичний аналіз медіатекстів, пояснення того, як медіатексти можуть впливати на аудиторію
5. оцінка ефективності різних елементів, використовуваних у медіатексті, та пояснення причин такого роду впливів
6. вираження власних переваг під час дискусії про медіапродукцію й обґрунтування свого вибору
7. уважне та критичне «читання» медіатекстів, включаючи різні розважальні й навчальні медіатексти, аналіз окремих компонентів тексту, їх впливу
8. аналіз впливу медіа на переконання та ціннісні орієнтації людей, включаючи їх зміни
9. аналіз впливу медіа на аудиторію в залежності від типів медіапродукції

Аспект медіапродукції

Молодший шкільний вік

1. вибір засобу та форми медіа (наприклад, фотографії, малюнки, журнальні ілюстрації) та створення історії на просту тему
2. визначення та створення короткого плану сюжету або візуального тексту (фотографія, відео, комікс, комп'ютерна графіка й т. д.)
3. виконання та презентація свого медіапроекту

Аспект оцінки медіатекстів

Середній шкільний вік

1. створення різних сюжетів на основі того самого зображення (зі зміною його форми й елементів)
2. ухвалення рішення з приводу використання доступних медіа (фотографія, відео, преса й т. д.), дискусія й обґрунтування даного вибору
3. виконання та презентація свого медіапроекту

Аспект оцінки медіатекстів

Старший шкільний вік

1. експериментування з різними формами та технологіями з метою дослідження того, як вони використовуються для передачі специфічних текстів, «послань»
2. використання різної техніки у плануванні та створенні медіатекстів, уважний і критичний аналіз отриманого результату
3. створення медіапродукції, призначеної для специфічної аудиторії, передбачення того, як аудиторія може відреагувати на таку продукцію
4. виконання та презентація свого медіапроекту

