

## **МИСТЕЦТВО (МУЗИКА, ОБРАЗОТВОРЧЕ МИСТЕЦТВО, ТЕАТР, ФОТОГРАФІЯ)**

Заняття з мистецтва дають чудову нагоду для створення та аналізу музики та візуальних елементів у медіамеседжах. Зокрема, музика часто непомітна в телевізійній рекламі чи фільмах і дитячих мультфільмах; може розгорнутися широка дискусія щодо визначення певних інструментів і музичних фраз, які мають на меті викликати певні емоції допомогти скласти загальне враження про сцену. Вчителі (або учні) можуть створити відео з різним музичним фоном і проаналізувати вплив на враження та очікування глядача щодо розвитку подій у фільмі, або вчителі можуть програти звук без зображення та попросити учнів за допомогою музики вгадати те, що відбувається на екрані.

Учні також можуть дослідити контекст через дебати про зв'язок мистецтва та політики, порівнюючи твердження про те, що в «справжньому» мистецтві йдеться про естетику та самовираження з прикладами суто політичного мистецтва. Обговоріть те, чому музика з відверто політичними меседжами рідко потрапляє в чарти та наведіть історичні приклади, коли це було інакше. Чому це змінилося?

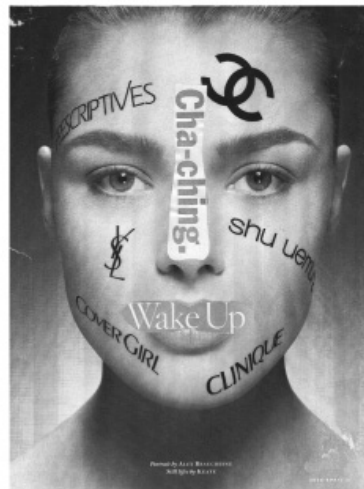
Вчителі також можуть організувати учням обговорення тем авторських прав, файлообмінників та добору, що стосуються комерційної і традиційної музики, зокрема того, як технології вплинули на практику.

Картини, фотографії та інше мистецтво також є багатими для аналізу медіадокументами (див. розділ 4). Вчителі можуть запропонувати різні контексти для дискусії про мистецтво, зокрема історичний період його створення. Наприклад, як би змінилася ваша інтерпретація картини, якщо б ви розуміли, що означає «Мадонна з дитиною» в християнській теології проти звичайної картини матері, яка тримає дитину?

Молодші діти можуть почати досліджувати природу медіаконструкцій, створюючи малюнки свого району, будинку або спальні, а потім обговорити зображене на малюнку (задані елементи), що б дало зрозуміти, що це їхнє місце (а не когось іншого), або те, які би звуки вони почули, якби стояли всередині картинки.

Викладач мистецтв Дюейн Ніл розробив низку творчих занять з мистецтва, які інкорпорує медіаконтент та аналіз. Один із них передбачає написання «віршів-ультиматумів» через вирізання літер з журналів (різного розміру, кольору та типу шрифту), а потім складання їх докупи, щоб створити вірші або інші повідомлення, подібні до старомодних записок-ультиматумів від злочинців. Учні створюють враження не лише завдяки словам у вірші, але й завдяки тим наголосам і стилю, які передаються розміром, кольором і типом шрифту в кожному слові, а також загальною версткою сторінки. Учні також можуть дослідити процеси, що використовуються під час маніпуляцій із фотографіями, аналізуючи та створюючи приклади з різною метою.

## Ілюстрація 6.3. Контрреклама.



Приклади створеної студентами контрреклами під час курсу з медіаграмотності в коледжі. Учнів також попросили докладно описати оригінальні меседжі й те, що вони передавали, як вони змінили ці меседжі, та які були їхні нові меседжі.

Оригінальні меседжі та автори контрреклами:

- Ілюстрація до статті в журналі про косметичні бренди (Ден Джоунз).
- Чи може бути гарний смак з низьким вмістом смоли? Ви знаєте відповідь – це Меріт (Рос Оренштайн).
- Чи бачили ви, як плаче дорослий чоловік? (Крістін Люсі).
- Гроші – багато-багато грошей; почніть вашу історію сьогодні (Морган Елерс).

Як поправки учнів змінили меседж реклами?

*Джерело:* Створили студенти Коледжу Ітаки на курсі з медіаграмотності та покультури, який викладає Сінді Шайбе.