Медиакультура и медиатехнологии: как интерпретировать медиатексты

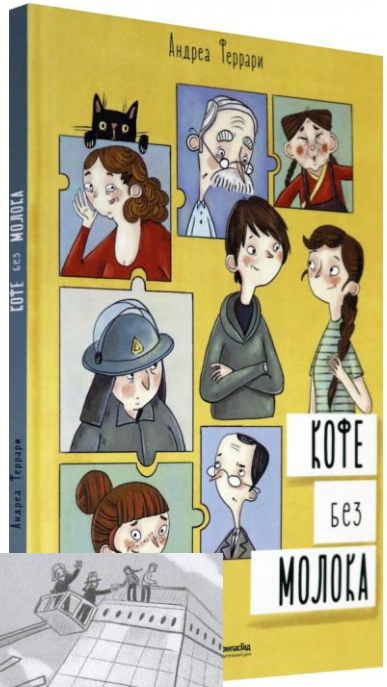
Баранова Мария Вячеславовна
старший методист Центра информационных технологий
ГАУ ДПО ЯО ИРО
8(4852)23-09-57
baranova@iro.yar.ru

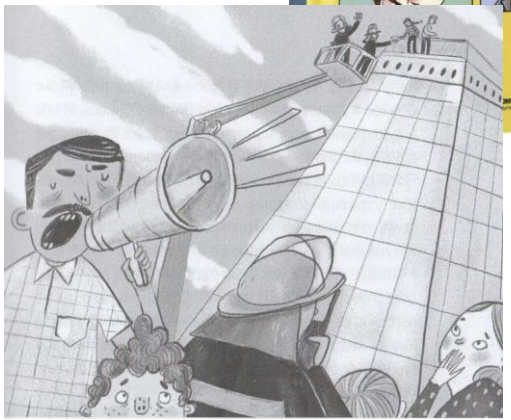
План

1. Понятие «медиа» и их функции.
2. Трактовки взаимоотношений медиа и информации (культура и грамотность).
3. Направления деятельности в формировании медиакультуры (образование, воспитание, безопасность, компетентность).
4. Медиатекст: понятие, структура, автор и целевая аудитория, виды и их особенности.
5. Методы формирования медиакомпетентности и примеры заданий.
6. Практика: работа с медиатекстом по вопросному плану.

Понятие «медиа» и их функции

«Медиа является зеркалом действительности, глядя в которое аудитория составляет представление о мире, представление, которое не только ***отражает****, но и* ***создает реальность****. В медиа как социальном феномене гармонично соединены достижения технологического прогресса, журналистики и искусства»*





Андреа Феррари

Спокойная жизнь благополучного района Буэнос-Айреса переворачивается, когда влюблённые из двух враждующих семей решаются на отчаянный поступок...
Аргентинские Ромео и Джульетта!

Никакой вражды родителей нет и в помине,
мальчик и девочка просто дружат,
во всём виноваты кошки Буян и Мелина

Медиа

«Медиа» (от латинского “medium” - средство, посредник) – аналог СМК (средства массовой коммуникации) - технические средства создания, записи, копирования, тиражирования, хранения, распространения, восприятия информации и обмена ее между субъектом (автором медиатекста) и объектом (массовой аудиторией)

- ✓ печать
- ✓ фотография
- ✓ радио
- ✓ кинематограф
- ✓ телевидение
- ✓ видео
- ✓ мультимедийные компьютерные системы, включая Интернет

Печатные Газеты и журналы	Вещательные Радио и ТВ	Новые Интернет, соцсети, платформы

Портал: https://www.mediagram.ru/
https://iite.unesco.org/ru/mig/

Функции медиа

ведущая роль в информационных и коммуникационных процессах один из способов передачи информации (хотя их роль значительно шире)

- основной источник информации об окружающем мире, выходящей за пределы непосредственного опыта;
- канал информации и знаний, средство общения;
- средство, с помощью которого общество может узнать о самом себе и сформировать у гражданина чувство принадлежности сообществу;
- стимул компетентных дискуссий между общественными деятелями;
- независимый (?) наблюдатель за действиями государственных органов;
- способствует прозрачности общественной жизни и установлению общественного контроля за властью (выявление фактов коррупции, недобросовестного управления и противоправных действий корпораций);
- средство выражения культуры и установления культурных связей между представителями одного народа и между разными народами…

Функции медиа

- информирование;
- обучение;
- содействие преподаванию и освоению;
- предоставление доступа ко всем типам информации;
- обеспечение навигации в информации;
- содействие продвижению общечеловеческих ценностей и гражданских свобод, таких как свобода самовыражения и информации;
- выполнение функций коллективной памяти общества;
- сбор информации;
- сохранение культурного наследия;
- развлечение

Трактовки взаимоотноше-ний медиа и информации (культура и грамотность)

Медиакультура или медиаграмотность (медиакомпетентность)?

медийно-информационная грамотность

медиаобразование

медиавоспитание

медиаграмотность / медиакомпетентность

Медийно-информационная грамотность

– это совокупность знаний, навыков, установок, компетенций и практик, которые позволяют обеспечить эффективный доступ, анализ, критическую оценку, интерпретацию, использование, создание и распространение информации и медийных продуктов с использованием всех необходимых средств и инструментов на творческой, законной и этичной основе.

Медийно-информационная грамотность – все компетенции комплексное понятие (ЮНЕСКО 2007 г.):

- информационная грамотность
- медиаграмотность
- цифровая (или технологическая) грамотность

Компетенции МИГ

- понимание значения медиа и информации
- понимание медиа контента и вариантов его использования
- эффективный и оперативный доступ к информации
- критическая оценка информации и информационных источников
- применение новых и традиционных медиа форматов
- определение социокультурного контекста медиа контента

Медиаграмотность = Медиакомпетентность?

– совокупность мотивов, знаний, умений, способностей ***личности***

способствующих:

- выбору,
- использованию,
- критическому анализу,
- оценке, созданию и передаче

медиатекстов в различных видах, формах и жанрах, анализу сложных процессов функционирования медиа в социуме.

[Федоров А.В. Медиакомпетентность личности: от терминологии к показателям// Инновации в образовании. 2007 №10. С.75-108.]

Показатели медиакомпетентности

- ***мотивационный*** (мотивы контакта с медиатекстами: жанровые, тематические, эмоциональные, гносеологические, гедонистические, психологические, моральные, интеллектуальные, эстетические, терапевтические и др.)
- ***контактный*** (частота общения/контакта с произведениями медиакультуры – медиатекстами)
- ***информационный*** (знания терминологии, теории и истории медиакультуры, процесса массовой коммуникации)

Показатели медиакомпетентности

- ***перцептивный*** (способности к восприятию медиатекстов)
- ***интерпретационный/оценочный*** (умения интерпретировать, анализировать медиатексты на основе определенного уровня медиавосприятия, критическая автономия)
- ***практико-операционный/деятельностный*** (умения создавать/ распространять собственные медиатексты)
- ***креативный*** (наличие творческого начала в различных аспектах деятельности – перцептивной, игровой, художественной, исследовательской и др., связанной с медиа)

[Федоров А.В. Медиакомпетентность личности: от терминологии к показателям//Инновации в образовании. 2007 №10. С.75-108.]

Направления деятельности в формировании медиакультуры (образование, воспитание, безопасность, компетентность)

Медиаобразование

– процесс развития личности с помощью и на материале средств массовой коммуникации (медиа) с целью формирования культуры общения с медиа, творческих, коммуникативных способностей, критического мышления, умений полноценного восприятия, интерпретации, анализа и оценки медиатекстов, обучения различным формам самовыражения при помощи медиатехники

⇒ связано со ***всеми видами медиа*** (печатными и графическими, звуковыми, экранными и т.д.) и различными технологиями;

⇒ 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: ***грамотно «читать» медиатекст***

Принципы медиаобразования

- связь с социальными структурами общества
- суть – переосмысление/репрезентация (***! медиа не отражают реальность, а переосмысляют/представляют ее, используя систему знаков и символов***)
- продолжается всю жизнь (учащиеся – приоритетная аудитория)
- не только развитие *критического мышления*, но и *критической автономии*
- актуально и своевременно (здесь и теперь)
- в идеале оценка медиаобразования учащихся – это их *самооценка*
- групповое обучение
- родители – профессионалы в области медиа – педагоги
- учитель + ученик = диалог, размышление, исследование (не просто передача знаний учителями и «открытие» их учениками)

Медиаобразование ➡ медиаграмотность

Медиаграмотность / медиакомпетентность – результат приобретённых знаний, умений и навыков в процессе медиаобразования:

- знание основ медиакультуры;
- «читать» медиатекст
  - ✓ анализировать и синтезировать медийную реальность (анализировать, критически осмысливать интерпретировать медиатексты и ценности, распространяемые медиа);
  - ✓ определять источники медиатекстов, их политические, социальные, коммерческие и/или культурные интересы, их контекст;
- отбирать соответствующие медиа для создания и распространения своих собственных медиатекстов и обретения заинтересованной в них аудитории;
- способность использовать медийную технику (получить возможность свободного доступа к медиа, как для восприятия, так и для продукции).

Медиавоспитание

– составная часть художественного, культурологического воспитания состоящая в совместной деятельности воспитателя и воспитанника направленна на:

- усвоение медийной культуры,
- изучение закономерностей происхождения,
- изучение развития и функционирования медиакультуры

– система приобщения к духовным, эстетическим, нравственным, ментальным общечеловеческим ценностям в процессе восприятия и анализа медиатекстов и медийной деятельности

[Н.Ф. Хилько, 2000]

Медиабезопасность

Обеспечение государством, обществом, социальной группой, личностью –

- защищенных и оптимальных медийных ресурсов и потоков для поддержания жизнедеятельности, устойчивого функционирования и развития

- противостояние негативному воздействию на индивидуальное и общественное сознание и психику, а также на источники информации

Медиатекст: понятие, структура, автор и целевая аудитория, виды и их особенности

Медиатекст

Медиатекст – сообщение, изложенное в любом виде и жанре медиа (неразрывно связано с СМИ): газетная статья, радиопередача, телепередача, видеоклип, фильм, веб-сайт и т.п.

Чего мы ждём от медиатекста

- систематизация знаний (систематизация и анализ хаотичной информации и подача ее в понятной форме)
- ответственность
- правдивость (источники информации должны быть указаны точно, чтобы граждане могли судить о релевантности, надежности и возможной тенденциозности информации)
- адекватность и актуальность информации
- общественный интерес
- независимость (без предвзятости)
- существование каналов для взаимодействия с общественностью (обратная связь)
- доступность информации
- сохранение баланса неприкосновенности частной жизни и права на информацию

Медиатекст

(комплексный продукт журналистики, PR и рекламы)

эмоциональный след, впечатление («застревание»)

использование СМИ для навязывания мнения (информировать, *воздействовать*, делать красиво, необычно, интересно…)

необходимость критического анализа

Структура медиатекста

- идеологический аспект
- семиотический аспект (знаковая система, форма отображения)
- технологический аспект (отбор информации, адекватность интерпретации, доставка)
- форматный - жанровый

Авторство в медиатексте

Автор текста – это субъект медиакоммуникации, реальный автор – это создатель медиатекста. Образ автора формируется языковыми средствами в самом медиатексте.

Три параметра стилистической характеристики авторского начала (по Т.В. Шмелевой):

- выявленность автора: «теневое присутствие» и «откровенное Я»
- степень сложности: один авторский голос и полифония
- удельный вес средств репрезентации авторского «я»: связан с жанровой дифференциацией

Роли «автора» медиатекста

В каждом медиатексте в той или иной мере реализуется роль
автора-информатора

- информатор
- аналитик

преобладание конкретной авторской роли в тексте, что придает материалу определенную жанровую характеристику, но говорить об использовании какой-то одной авторской роли представляется неправомерным

- пропагандист (агитатор)
- полемист
- репортер
- летописец
- художник
- аналитик
- исследователь
- иронист
- интервьюер
- выразитель мнения

Адресат (целевая аудитория) медиатекста

Ориентация автора на «своего» читателя делает этот фактор важнейшей текстообразующей категорией, определяющей ***выбор речевых средств и приемов***.

Категория адресата выполняет в текстах массовой коммуникации ***функции***:

- функция интеграции читателей;
- функция манипуляции сознанием читателя;
- функция интерпретации реальных событий и фактов действительности в соответствии с картиной мира адресата

[Т. Л. Каминская Образ адресата в текстах массовой коммуникации: семантико-прагматическое исследование. СПб., 2009. 283 с.]

Адресат (целевая аудитория) медиатекста

Каждый медиатекст ориентируется на конкретную группу читателей, объединенных мировоззренческим, социальным, гендерным, возрастным и прочими факторами.

Общие типы адресата:
1) интеллектуальная элита (интеллигентное меньшинство);
2) представитель современного общества, на которого ориентированы большинство информационных и аналитических медиатекстов (представитель образцовой среды);
3) простой человек.

Выбор стилистической нормы, выбор лексических и грамматических языковых единиц принципиально отличается.

Виды медиатекстов по форме создания

- Устный

- Письменный

Виды медиатекстов по каналу распространения

- печатный (газеты, журналы, книги, плакаты)
- радиовещательный
- телевизионный
- Интернет (сетевые СМИ)

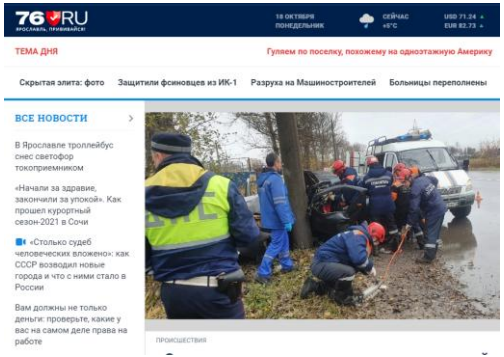
Виды медиатекстов по жанру

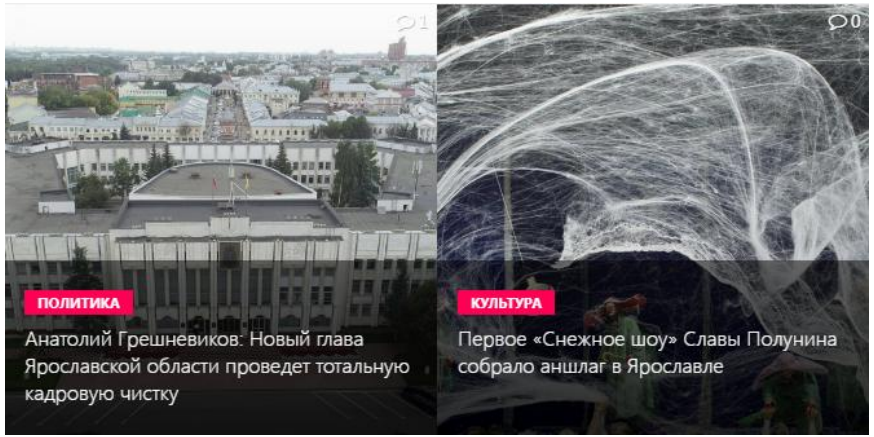
Жанрообразующие признаки медиатекста

Предмет отображения	• Что является предметом отображения • Что описывается и представляется
Способ отображения	• Какие используются средства и методы для отображения • Какие характеристики представляются
Цель отображения	• С какой целью отображается • Для какой аудитории

Виды медиатекстов по жанру

- Информационный – НОВОСТИ (новостной жанр)





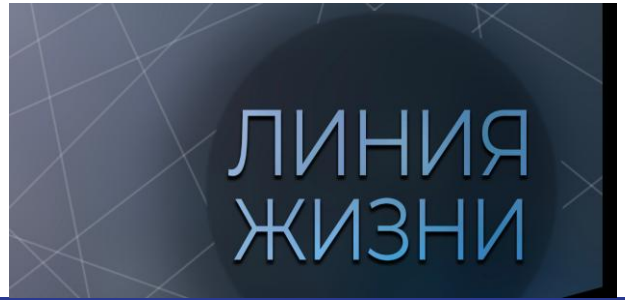
краткое сообщение с отсутствием авторской оценки

Виды медиатекстов по жанру

- Информационно- аналитический – вид медиатекста, в котором за определенный промежуток времени (неделю) представлена обобщенная, систематизированная информация и анализ произошедших событий, которые представляют общественно значимый интерес для медиааудитории.

Виды медиатекстов по жанру

- художественно-публицистический (эмоциональная публицистика) –
- построен на строго *документальной основе* (конкретность фактов, действительные герои, невыдуманные обстоятельства их отношений),
- облечён в художественно-обобщенную форму (образность характеристик)
- выраженная персонификацией подачи материала (авторство)
- в центре внимания – личность



Виды медиатекстов по жанру

- рекламный

– текст, направленный на воздействие на уровне языка, формата и содержания.

Главная цель - воздействовать на массовую аудиторию через СМИ с целью убеждения и побуждения к приобретению тех или иных товаров и услуг.

Реклама – это любая форма неличной презентации и продвижения идей, товаров и услуг, обычно оплачиваемая идентифицируемым спонсором.

Виды медиатекстов по жанру

- рекламный

Google — «Для тех, кто любит удивлять»
https://youtu.be/LtEF4ZeYSnQ
Ambassador Coffee
https://youtu.be/v8w_figdJgch
Raffaello — «Любви всё равно»
https://youtu.be/Byhx9bRqkcU

Особенности рекламного текста

- направленность на массовую анонимную аудиторию,
- презентация товаров, услуг, идей,
- оплата рекламного продукта идентифицируемым заказчиком.

Рекламный текст проявляет все существенные признаки медиатекста:

- объемность (многомерность),
- воспроизводимость (многократная повторяемость),
- коллективный способ создания

Определите жанр

Музей кино проводит летний фестиваль музыкального фильма. В залах кинотеатра «Салют» на улице Кедрова (метро «Академическая») начался показ симпатичного цикла фильмов, где значительную роль играет музыка. Открылся он чаплинскими «Огнями большого города» и балетом «Ромео и Джульетта» с участием Галины Улановой. В субботу в 18. 30 зрителей ждет культовый фильм «Серенада Солнечной долины» 1941 года, благодаря которому прославился у нас джаз-оркестр Гленна Миллера. И потом, надо же знать, откуда есть пошла «Чуча» в этом мире! И дальше июль пойдет нескучно: Антонио Гадес в «Кармен» Карлоса Сауры (12), Пласидо Доминго и Тереза Стратас в «Травиате» Франко Дзеффирелли (13), неувядаемые «В джазе только девушки» Билли Уайлдера (15). В цикл вошли также наши фильмы «Под крышами Монмартра» по Кальману (19) и «Мы из джаза» (20); великий мюзикл «Моя прекрасная леди» с Одри Хепберн (22), «Шербурские зонтики» с Катрин Денев (26), «Волшебство «Куин» в Будапеште (27) и «Кабаре» (29). Музей кино всегда славился своими экстраординарными программами, и придет еще время, когда у него будет много залов, наперебой предлагающих один фильм лучше другого. Других таких кинотеатров в России, а может, и мире, просто нет.

Определите жанр

«Для Америки Путин и Россия — близнецы-братья». Согласно опросу службы Gallup, отношение американцев к России и Владимиру Путину сегодня самое негативное за последние годы Социологическая служба Gallup зафиксировала самый высокий уровень негативного отношения американцев к России за последние 20 лет: сейчас отрицательно нашу страну воспринимают 60% опрошенных. Негативную оценку Владимиру Путину при этом дают 63% граждан США, что также является антирекордом. По мнению экспертов, причина в том, что американцы чувствуют, что Москва в последнее время демонстративно отказывается от базовых ценностей западного мира.

Определите жанр

«Болезненный профессионализм». Самой опасной в России признана профессия строителя Почти 200 тыс. трудоспособных граждан России страдают от профессиональных заболеваний. А из-за нарушений техники безопасности только на стройках в прошлом году погибло почти полтысячи человек. По мнению экспертов, официальные данные сильно занижены. А в связи с введением дополнительных отчислений в Пенсионный фонд за занятых на вредных производствах работников эти показатели будут еще больше «улучшаться» ...

Определите жанр

«Внутри все бурлит, а потом выливается в слезах». Альберт Демченко и Татьяна Иванова поделились своими эмоциями после завоевания командного серебра В первой олимпийской командной эстафете по санному спорту сборная России в составе Татьяны Ивановой, Альберта Демченко, Александра Денисьева и Владислава Антонова завоевала серебряные медали, уступив лишь непобедимым в санях немцам. Сразу после финиша Демченко и Иванова рассказали о своих впечатлениях.

Методы формирования медиакомпетент-ности и примеры заданий

Старшеклассники анализируют

МЕДИА

"В силу своего возраста, никак"

"Интуитивно"

"Размышляю"

"Никак" (большинство ответов)

"Невербально" (Например, по глазам спикеров)

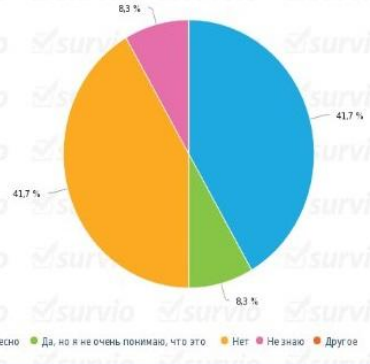
Ребята ответили, как они отличают правдивую информацию от фальшивой

ЧТО ЗНАЮТ ШКОЛЬНИКИ О МЕДИА?

Современные СМИ должны быть (по мнению учащихся):

Точные, достоверные, краткие, правдивые (большинство ответов)

Хотели бы вы изучать в школе такой предмет?



" Нет, не знаю. Что-то связанное со СМИ".

"Нет, но думаю, это домашнее образование".

"Нет, понятия не имею".

"Нет, но хотелось бы узнать".

"Введенный сравнительно недавно термин, которым обозначают изучение воздействия средств массовой и другой коммуникации (в том числе прессы, телевидения и радиовещания, рекламы, кинематографа".

Ведите дневник использования медиа (хотя бы один день)

- Каков алгоритм ваших действий с медиа (утро – проснулись, когда обращаетесь в первый раз и по какому поводу? И т.д.)?
- Сколько часов вы посвящаете работе с медиа (радио, ТВ, Интернет)?
- Какую роль играют в вашей жизни медиа? А другие поставщики информации (музеи, библиотеки, архивы и т.п.)?

Представьте, что в один прекрасный день вы просыпаетесь, а все виды медиа изчезли: нет газет, журналов, радиостанций и телевизионных каналов. Подумайте, каковы будут последствия для граждан:

- ✓ как их теперь будут информировать?
- ✓ как они будут обмениваться новостями, фактами и информацией о событиях?
- ✓ что произойдет с решениями, которые вы обычно принимаете?
- ✓ чего лично вам будет больше всего не хватать в этой ситуации?
- ✓ каковы будут потери общества при возникновении этой проблемы?

«Средство коммуникации есть сообщение, поскольку уже сам вид средства передачи информации влияет на наше восприятие»

Маршалл Маклюэн, специалист по вопросам медиа

Как выбор медиа влияет на получаемую нами информацию? Как это влияет на идею, передаваемую конкретным видом медиа?

Выберите медиатекст (изучите наиболее популярную телевизионную и радиопередачу, фильм или рекламное объявление), задайте применительно к нему вопросы:

1. Каково предназначение этого медиатекста?
2. Как он был создан?
3. Кто его создал?
4. Для какой аудитории он был создан? Откуда вы это знаете?
5. В чем его основной смысл?
6. Кому он полезен и какую пользу он принес?

Сделайте выводы:

? Что вы можете узнать из данного текста о создании медиа и медиа индустрии?
? Какие основные идеи он несет, и какова его целевая аудитория?
? Что определило его успех?

Методы формирования медиакомпетентности

Метод «тематического поиска»

самостоятельный поиск информации по определенной теме, тематика запросов связана с медийной грамотностью в современном обществе

Стадии поиска:

- ✓ постановка вопроса;
- ✓ определение связанных с ним мнений и представлений: объяснение фактов и принципов, связанных с данным вопросом;
- ✓ поиск, организация и анализ данных;
- ✓ интерпретация данных и решение задачи;
- ✓ действие и переосмысление последствий действий и результатов каждого этапа.

Пример темы: отражение современной повседневной жизни учащихся и педагогов (составьте список медиа и их роль)

Методы формирования медиакомпетентности

Метод проблемно-ориентированного обучения

система, развивающая у обучающихся одновременно междисциплинарные знания и навыки, с одной стороны, и способности к критическому мышлению и решению проблем, с другой.

Учащиеся сами определяют цели обучения, формулируют запросы и методы поиска информации и анализируют получаемые результаты.

пример: разработка эффективной кампании социальной рекламы для определенной аудитории

Методы формирования медиакомпетентности

Метод научного изыскания

исследование окружающего мира и предложение своих объяснений на основе полученных данных.

- ✓ «исследовательский цикл»
- ✓ проведение наблюдений;
- ✓ постановка вопросов;
- ✓ установление уже известных фактов;
- ✓ планирование исследований;
- ✓ анализ имеющихся знаний в свете экспериментально полученных данных;
- ✓ использование инструментов для сбора, анализа и интерпретации данных;
- ✓ разработка объяснений;
- ✓ сообщение результатов.

пример: изучение последствий отображения жестокости в медиа или изучение роли онлайн сообществ

Методы формирования медиакомпетентности

Метод кооперативного обучения

обучающиеся работают вместе (в паре, группе) для достижения общих целей, направленных на развитие концептуального понимания и мышления более высокого уровня, развитие навыков межличностного общения, формирование более позитивного отношения к школе и к собственной личности.

- ✓ реализация проекта,
- ✓ метод разделения учебного материала на фрагменты и распределения между обучаемыми, обучение на основе постановки вопросов и совместного поиска ответов в ходе дискуссии,
- ✓ взаимное обучение (каждый из учеников на некоторое время становится учителем)
- ✓ …

пример: обмен идеями и возможность получать знания друг от друга в пространстве ВИКИ по определённой медиатеме

Методы формирования медиакомпетентности

Метод анализа текста

семиотический анализ, в результате которого идентифицируются коды и символы различных медийных жанров.

- ✓ изучение способов использования языковых кодов и условных обозначений для создания посланий, аппелирующих к чувствам определенных аудиторий;
- ✓ определение «технических», «символьных» и «повествовательных» (сюжетных) кодов любого медиа текста – анализ аудитории, цели, автора, технических/текстовых особенностей и контекста

пример: обучаемых можно попросить выбрать отрывок из заинтересовавшего их медиатекста (это может быть репортаж о последних событиях, видео из YouTube или видеоклип из онлайн-новостей)

Метод контекстного анализа

изучение систем классификации фильмов, телевизионных игр и видеоигр и т.п.

Методы формирования медиакомпетентности

Метод трансляции

передача на расстояние речи, музыки, изображения средствами радио или телевидения (медиа)
примеры:
взять газетную статью о происшествии и преобразовать ее в подкаст новостного радиорепортажа
после просмотра небольшого отрывка из детского фильма, работая в небольших группах, написать сценарий, соответствующий просмотренной сцене, определив раскадровку, угол съемки и монтажные переходы
сбор визуальных материалов о жизни человека и на их основе разработка плана съемки короткого документального фильма об этом человеке

Методы формирования медиакомпетентности

Метод имитации

изображение членов съемочной группы документального фильма, работающей над телевизионной передачей для молодежи, радиожурналистов, или журналистов Интернет-изданий, берущих интервью для подсказта у преподавателя медиа, или учеников, создающих рекламный видеоролик о жизни своей школы

Методы формирования медиакомпетентности

Метод создания информационного и медиа продукта

создание медиа текстов (аудио-, видео- и печатных текстов) – более глубокое обучение на практике, изучение и погружение

пример: создание одноминутного репортажа на любую актуальную тематику – производство медийного и информационного контента позволяет изучить процесс творчества и самовыражения, излагая свои идеи и взгляды

Практическая работа – анализ медиатекста по вопросному плану (сдать до 27.10.2021)

Заочная форма работы:

Выберите любой медиатекст, опубликованный в СМИ в любом формате

1. Каково предназначение этого медиатекста?
2. В чем его основной смысл?
3. Как он был создан (обстоятельства, технологии)?
4. Определите, для какого аудиторного сегмента создан этот медиатекст (каким образом Вы это поняли?)
5. Проанализируйте текст согласно выделенным критериям (предмет отображения, способ отображения и цель / функции).
6. Кто его создал? Определите специфику проявления автора (роль – из презентации) в тексте.
7. Какие эффекты воздействия использует «автор».
8. Кому полезен и какую пользу он принес?

Спасибо за внимание!

Баранова Мария Вячеславовна
старший методист Центра
информационных технологий
ГАУ ДПО ЯО ИРО
8(4852)23-09-57
baranova@iro.yar.ru