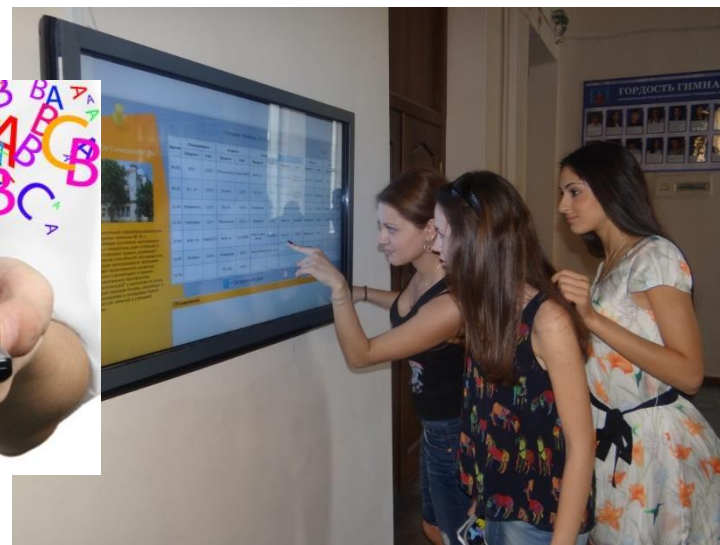


ПРАКТИКА МЕДИАОБРАЗОВАНИЯ: ФОРМЫ, МЕТОДЫ И ПРИЕМЫ

Гораш Л.В.,
председатель МО словесников,
учитель русского языка
и литературы высшей к/к

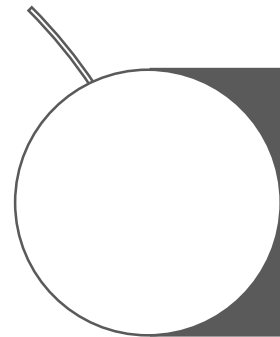
МЕТОДЫ ПРОГНОЗИРОВАНИЯ для работы с медиатекстом



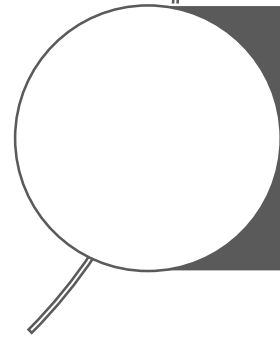
ПРОГНОЗИРОВАНИЕ И ПРОГНОСТИЧЕСКИЕ УМЕНИЯ

Осуществляя любую деятельность, человек постоянно прогнозирует ее результат и предвосхищает ход событий

ФГОС включает прогнозирование в две группы универсальных учебных действий



регулятивное действие (предвосхищение результата деятельности, предвидение возможности получения конкретного результата при решении задачи)



познавательное логическое действие (выдвижение и проверка гипотез)



ПРОГНОЗИРОВАНИЕ И ПРОГНОСТИЧЕСКИЕ УМЕНИЯ

Прогноз

предсказание
о развитии и исходе
каких-либо событий,
явлений на основании
имеющихся данных

Прогнозирование

*познавательная
деятельность,*
которая приводит
к знанию будущего
при определенных
условиях

Прогностические умения

умения
прогнозировать,
проектировать,
предвидеть,
предугадывать,
а также ставить цели и задачи,
разрабатывать планы и
проекты их решения

Условия формирования УУД «прогнозирование» у школьников:

- ➡ наличие первоначального жизненного опыта или предварительных впечатлений
- ➡ установление причинно-следственных связей

Антиципация — смысловая догадка

Разновидности

→ Прогнозирование содержания текста по названию, фамилии автора, эпиграфу

→ Восстановление текста с пропущенными/переставленными элементами

→ Составление до чтения плана текста с опорой на имеющиеся знания, опыт, заголовок, жанр и стиль текста

→ Угадывание хода мысли автора при чтении с остановками

Задание Расшифруйте текст

Оп рзелульаттам илссееовадний одонго англигйсокго унвиертисета: не иеемт занчнеия, вкокам пряоке рсапожолены бкувы в солве. Галвоне, чотбы преавя и пслоендяя блыи на мсете. Осатьлыне бкувы мгоут селдовтаь в плоонм беспордяке. Все-рвано ткест читаитсея без побрелм. Пичрионй эгото ялвятеся то, что мы не чиатем кдаужю бкуву по отдльенотси, а все солво цликееом

Какие выводы вы сделали?

Чтобы определить, владеет ли школьник приемом антиципации, использует ли ее при чтении, воспользуйтесь алгоритмом:

➔ Предложите ему текст

➔ Понаблюдайте как долго он думает, зафиксируйте время

➔ Дайте тот же текст, но без пропусков букв. Заметьте время

➔ Время сравните. Если разрыв составляет 15-20 с., то школьник использует прием антиципации

Родился зай... в лесу и все боял... Треснет где-ни... сучок, вспорх... пти..., упадет с дере... ком снега — у зайчи... душа в пят...

Боял... зай... день, боял... два, боялся неде..., боял... год; а потом вырос он боль... и вдруг надое... ему боя...

— Нико... я не бою...! — крик... он на весь лес. — Вот не бою... нисколь..., и все тут!

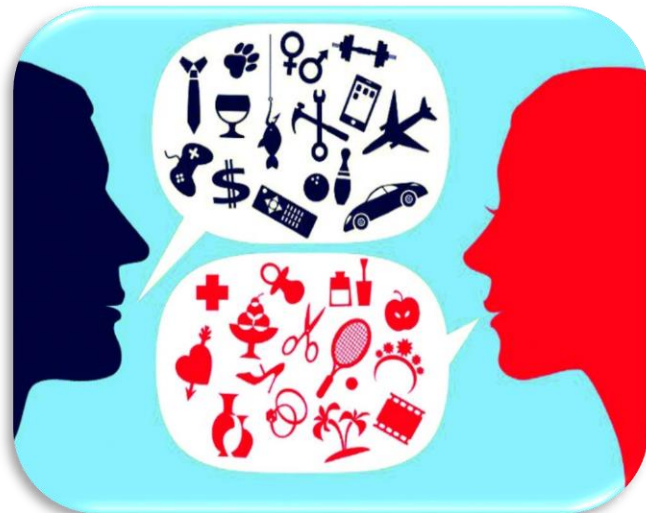
Д. Мамин-Сибиряк

МОДЕЛЬ СЮЖЕТНЫХ СТЕРЕОТИПОВ

Стереотипы - готовые шаблоны мышления, позволяющие быстро делать выводы и принимать решения

Отличительный признак стереотипа состоит в том, что он начинает действовать еще до того, как включается разум.

Источником формирования стереотипов является личный опыт человека



+ Положительные свойства стереотипов

Стереотип позволяет:

- ускорить процесс познания;
- предоставить первичное основание для ориентировки в происходящем

- Отрицательные свойства стереотипов:

может формировать ошибочные представления о происходящем

МОДЕЛЬ СЮЖЕТНЫХ СТЕРЕОТИПОВ

Виды стереотипов

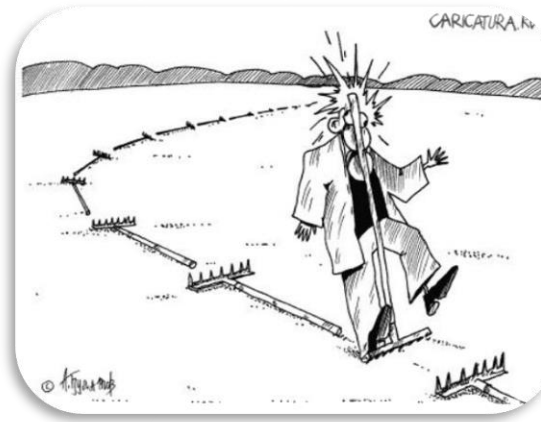
Автостереотипы,
отражающие
представления людей
о самих себе



Гетеростереотипы,
отражающие
представления
о другом народе,
другой социальной
группе



Индивидуальные,
сформированные
в результате
собственного опыта



Социальные,
выражают
представления
о целой группе
людей. Обладают
достаточной
стойкостью
и передаются
из поколения
в поколение



МОДЕЛЬ СЮЖЕТНЫХ СТЕРЕОТИПОВ

Рекламные сюжеты укладываются в определенный алгоритм:

- в медиатексте действует(ют) персонаж(и) в определенных жизненных условиях;
- однажды его(их) обычная жизнь нарушается (возникает проблема);
- персонаж(и) пытаются решить ее, чтобы вернуться к прежней, стабильной жизни

Отличительная особенность рекламного медиатекста от фильма

В фильме главный конфликт сюжета связывается с какими-либо значительными событиями (войной, болезнью героя и т.д.);

в рекламе – вокруг рекламируемого товара и состоит в его отсутствии. Когда искомый товар находится, противоречие разрешается

ШКОЛЬНЫЕ МЕДИА

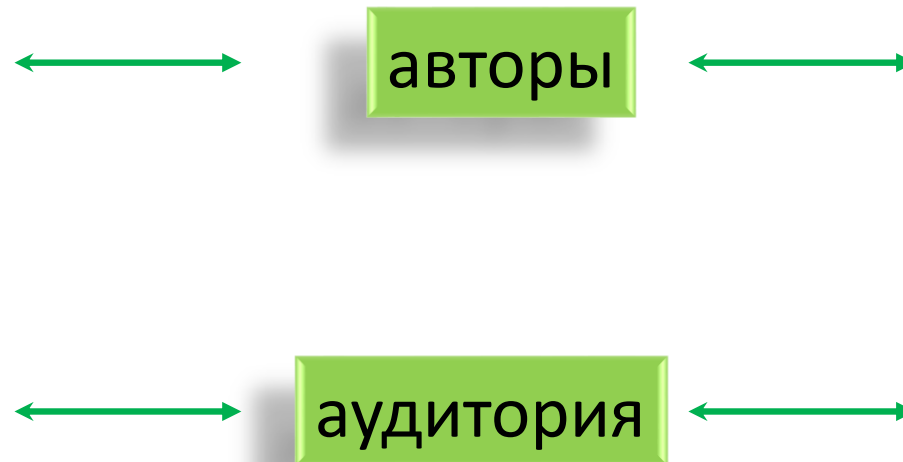
*Какими должны быть?
Каких **целей** достичь?*

- Донести информацию
- Привлечь внимание
- Стимулировать размышления
- Мотивировать, побудить к действию
- Воспитать
- Развлечь
- Дать предметное знание
- Дать метапредметные навыки




*Как **спрогнозировать**
успех?*

- Знать критерии успеха
- Иметь медиаплан
- Использовать имеющиеся ресурсы
- Контролировать время
- Анализировать плоды труда
- Корректировать



Индикаторы медиа-информационной грамотности

Индикатор	Показатель	Общие критерии оценки медиапродукта
<p>• Критерий практического освоения личностью современного медиа-пространства</p> 	<p>Разработка собственного медиапродукта</p>	<ul style="list-style-type: none">• Содержание. Актуальность; новизна, оригинальность, уникальность транслируемой информации; четкая ориентация на целевую аудиторию, направленность на гуманные задачи и цели, грамотность.• Мультимедийный язык общения. Наглядность и образность (совмещение вербального и визуального ряда); гибкость (возможность наглядно, доходчиво рассказать о любой проблеме самой разнообразной целевой аудитории); уровень критического, аналитического восприятия информации, воздействие на прямую на подсознание пользователя, зрителя.• Визуализация. Единство визуального образа и содержания; гармония художественных приемов (цветового, шрифтового, пластического, динамического решения); правильное комбинирование различных блоков информации (текста, графических изображений, видео, анимационных роликов и т.д.).• Звуковое сопровождение. Создание эмоционального подтекста и смысловой насыщенности медиапродукта; распределение акцентов, подчеркивание главного, нивелирование второстепенного.

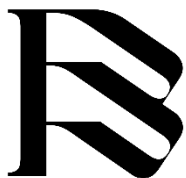
ЭТАПЫ (МОДЕЛЬ) ПРОГНОЗИРОВАНИЯ / ПРОЕКТИРОВАНИЯ

МЕДИАПРОДУКТ

Школьная газета «Винегрет»

Винегрет-TV

Сообщество в социальной сети



ПРЕСС-ЦЕНТР
ГБОУ СОШ №80

ВИНЕГРЕТ


Подготовительный этап

- Собрать команду единомышленников
- Продумать форму выпуска, каналы передачи информации, выбрать соцсеть
- Придумать удачное название (привлечь аудиторию к диалогу)
- Разработать логотип
- Составить план

Работа с контентом

- Актуальность, эмоциональность
- Информативность
- Разнообразие жанров
- Баланс развлекательной / познавательной информации (отбор)
- Корректорская правка

Обратная связь

- Анализ  и комментариев
- Анкетирование (формы на сайте и в соцсетях, использование qr-кодов)
- Трансляция обратной связи, диалог с аудиторией

Поощрение

ЭТАПЫ (МОДЕЛЬ) ПРОГНОЗИРОВАНИЯ / ПРОЕКТИРОВАНИЯ

МЕДИАПРОДУКТ

*Медиаподдержка проекта
«Лицейскому братству
не будет конца...»*



Подготовительный этап

Подготовка актива, корректировка плана
"Пусть в школе нашей Пушкин длится!"
Анонсы на сайте, в соцсети,
на школьных мониторах

Работа с контентом

Мероприятие → фотоотчёт
Фестиваль буктрейлеров → публикация
Квест → использование qr-кодов,
расширение спектра культурного
контекста
(инфозоны в школе, страница в соцсети)

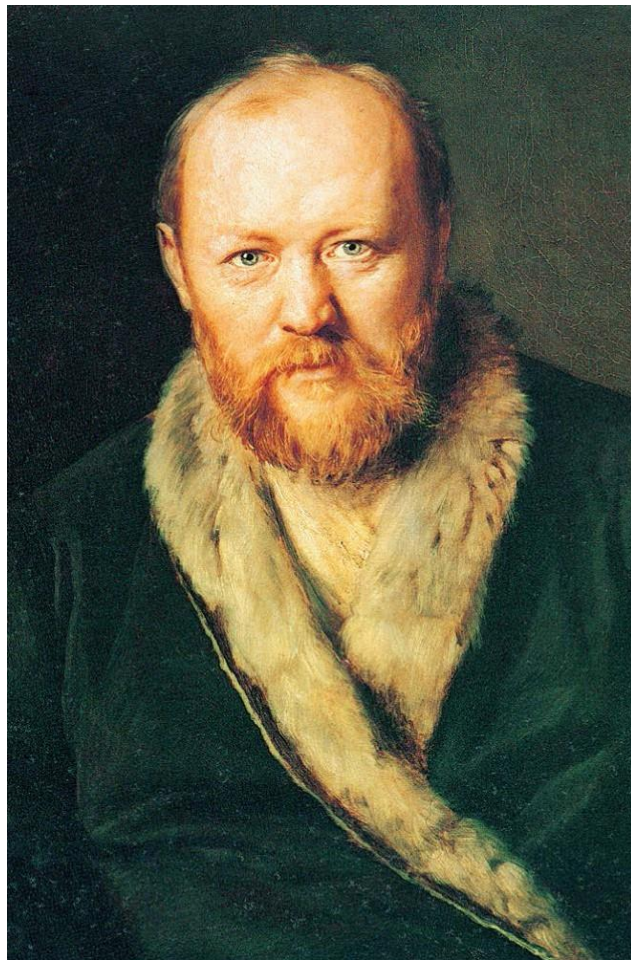
Обратная связь

Рефлексия в соцсетях
Онлайн-голосования

Поощрение

Материальное
Нематериальное

ИНДИВИДУАЛЬНОЕ ЗАДАНИЕ



В апреле 2023 г. Будет отмечаться 200-летие со дня рождения великого русского драматурга А.Н. Островского.

Составьте план мероприятий, связанных с этой знаменательной датой, и продумайте приёмы их медиаподдержки, прогнозируя успешность медиаконтента.

**Индивидуальное
задание**

до 27.10.2022

на почту тьютора

Тьютор: Гораш Любовь Владимировна

gorash@school80.spb.ru