

მედიაწიგნიერება ჩემს გაკვეთილზე

ავტორი: ნათია უჩავა

მნიშვნელოვანია, მოსწავლეებს მედიაწიგნიერების მნიშვნელობა დავანახოთ, პირველ რიგში კი, მათ გაიაზრონ, თუ რისთვის არის ის საჭირო. ჩვენს ეპოქაში ინფორმაციის მოძიება პრობლემას არ წარმოადგენს, თუმცა მთავარია, ინფორმაციების ერთმანეთისგან გარჩევა ვიცოდეთ. კომიქსები, ტელევიზია, ინტერნეტი, რეკლამები – ბავშვებს მოსწონთ. ეს ყველაფერი ეხმარება მათ სამყაროსა და საკუთარი თავის შესწავლაში. მედიაწიგნიერება იძლევა მოვლენის კრიტიკულად შეფასების შესაძლებლობას; ასწავლის გამოგონილი და რეალური ფაქტების ერთმანეთისგან გამიჯვნას, იძლევა შედარების საშუალებას ცხოვრებისეულ გამოცდილებასთან. ამიტომაც მნიშვნელოვანია, მასწავლებელმა სასკოლო ცხოვრებაში მეტი აქტივობა შესთავაზოს აუდიტორიას. ჩემი პროექტი სწორედ მოსწავლეებში მედიაწიგნიერების განვითარებას ემსახურება.

პროექტის ფარგლებში მოსწავლეები იმუშავენ ჩვეულებრივად, რათა შექმნან სატელევიზიო რეკლამები ერთი და იმავე პროდუქტისთვის. ჯგუფების მუშაობაში განსხვავება ის იქნება, რომ ეყოლებათ განსხვავებული სამიზნე აუდიტორია. თითოეულმა უნდა წარადგინოს კლასში პრეზენტაცია თავისი კომერციული დიზაინის შესახებ, დაარწმუნოს სხვები, თუ რატომ არის მათი პროდუქტი მნიშვნელოვანი და გაყიდვადი.

პროექტი განსაზღვრულია დაწყებითი საფეხურის მოსწავლეებისთვის, თუმცა თავისუფლად შეგიძლიათ ზედა საფეხურზე გადაიტანოთ, შეცვალოთ სამიზნე აუდიტორია და იმოქმედოთ ასაკობრივი თავისებურებიდან გამომდინარე.

მოსწავლეებმა უნდა გაითვალისწინონ, რომ რეკლამაში იყოს დამაჯერებელი შეტყობინებები; გამოიყენონ მედიატექნიკები, თხრობა, გაითვალისწინონ სამიზნე აუდიტორია.

პროექტის მიზანი:

- მოსწავლეები პრაქტიკაში გამოიყენებენ ცოდნას დამაჯერებელი შეტყობინების შექმნის შესახებ;
- გაეცნობიან აუდიოვიზუალური შეტყობინების სხვადასხვა ელემენტს;
- პრაქტიკაში გამოიყენებენ სცენარის ფორმების გამოყენების ტექნიკას;
- გაიუმჯობესებენ თანამშრომლობით უნარებს, ისწავლიან სხვისი აზრის გათვალისწინებას.

პროექტზე მუშაობისას მოსწავლეები უნდა მიხვდნენ რეკლამების მნიშვნელობას, მათ გავლენას და შეძლონ იმ ძირითადი მესიჯის “დაჭერა“, რომელიც თითოეულ რეკლამას აქვს.

ჯგუფური მუშაობის დროს თქვენ უნდა მისცეთ სწორი მიმართულება გუნდს, თუ ისინი სამიზნე აუდიტორიას ასცდებიან. მაგალითად, თუ ქმნიან სკოლამდელი

მოსწავლეებისთვის განსაზღვრული წიგნის რეკლამას, არ უნდა შექმნან ისეთი რთული ტექსტი და პერსონაჟი, რომ გაუჭირდეთ გაგება.

ყველა მოსწავლე მაქსიმალურად უნდა ჩართოთ ჯგუფურ მუშაობაში. თუ ხედავთ, რომ რომელიმე მოსწავლე ჩართული არაა, კონკრეტული დავალება მიეცით ან დახმარება გაუწიეთ.

სანამ პროექტზე მუშაობას დაიწყებთ, გაითვალისწინეთ, თქვენი აუდიტორია რამდენად არის მზად. დარწმუნდით, რომ მოსწავლეები იცნობენ მოთხრობასა და მისი შექმნის ელემენტებს, რომლებიც რეკლამაში ხშირად გამოიყენება; აქვთ წარმოდგენა ზოგადად რეკლამაზე – რა არის, რისთვის გამოიყენება? ანახეთ მოსწავლეებს სხვადასხვა რეკლამა და სთხოვეთ, ამოიცნონ, რა არის მისი მთავარი სათქმელი? ძირითადი შეტყობინება როგორ იყო გადმოცემული რეკლამაში? თვითონ თუ გაუჩნდათ სურვილი, მისი ხილვის შემდეგ შეეძინათ პროდუქტი? ან თუ დაფიქრდნენ მასში გადმოცემულ იდეაზე? კითხვების საშუალებით დაეხმარეთ მოსწავლეებს, მთავარ იდეამდე დამოუკიდებლად მივიდნენ.

- მომზადების შემდეგ დაყავით მოსწავლეები ჯგუფებად. სასურველია, ჯგუფში 5-6 მოსწავლე იყოს.
- დაურიგეთ მათ წინასწარ მომზადებული სცენარის ფორმები, სადაც ეწერება სამიზნე ჯგუფი. ისინი შეავსებენ ბარათს გუნდურად, მოიფიქრებენ მასში მოცემულ კითხვებზე პასუხს, გააკეთებენ პრეზენტაციას და შემდეგი შეხვედრისთვის ამ ყველაფერს შექმნიან ელექტრონული სახით.

სამიზნე აუდიტორია		გაყიდვის წინადადება	
			
პერსონაჟის		ამბავი	
რა მუსიკა ექნებოდა?	როგორი ფონი ექნებოდა?	სად განვითარდებოდა მოვლენები?	დამატებითი ინფორმაცია

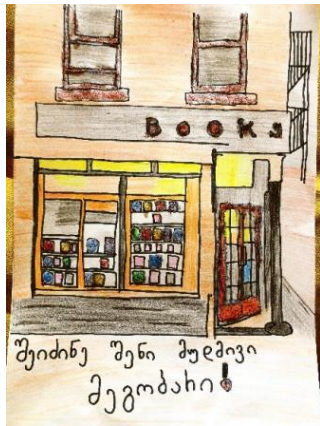
- მოსწავლეებს სთხოვეთ, რომ სცენარის ფორმის მიხედვით შექმნან სარეკლამო რგოლი. მისი წარმოდგენა შესაძლებელი იქნება როგორც ელექტრონული, ისე ბეჭდური ბუკლეტის სახით. სარეკლამო რგოლის შესაქმნელად საჭიროა სცენარის შემუშავება და წინასწარ დაგეგმვა. მოსწავლეებმა უნდა მოიფიქრონ წიგნი, პერსონაჟი თავისი მცირე ამბით. წიგნში წარმოდგენილი უნდა იყოს პერსონაჟის ასაკი, ხასიათი, გემოვნება, ინტერესები, სურვილები, ოცნებები. ასევე მოიფიქრონ მისი აღწერა – რა ფერის თვალები, თმა ექნება და ა.შ.
- ყველა ჯგუფს შეურჩიეთ სამიზნე აუდიტორია – რომელი ასაკობრივი აუდიტორიისთვის შექმნიან მას: ბავშვის მოსწავლეებისთვის, სკოლამდელელებისთვის, პირველკლასელებისთვის და ა.შ.
- თითოეულ ჯგუფს აქვს 20 წუთი იმისათვის, რომ შეავსოს სცენარის ფორმა, რომლის დასრულებულ ვარიანტსაც წარუდგენს კლასს. ჯგუფებს სთხოვეთ, რომ მოფიქრებული ამბის პანტომიმით წარმოდგენა სცადონ.
- პრეზენტაციის დროს ჯგუფი არ ასახელებს სამიზნე აუდიტორიას, ისე წარმოადგენს რეკლამას. ხაზს უსვამს რეკლამის მნიშვნელოვან ნაწილს – თუ რატომაა მათი პროდუქტი მნიშვნელოვანი. თითოეული ჯგუფის პრეზენტაციის შემდეგ ჰკითხეთ აუდიტორიას: ამ რეკლამას რომელ სამიზნე აუდიტორიას შეურჩევდნენ? ჩამოწერეთ დაფაზე სამიზნე აუდიტორია და ჯგუფის დასახელება. მონიშნეთ კლასის იდეები და შემდეგ შეადარეთ, რამდენად გამოიცნობენ. გუნდის პრეზენტაციის შემდეგ აუდიტორიას ჰკითხეთ, შეიძენდნენ თუ არა ამ პროდუქტს? რატომ? როგორ მოახდინა შთაბეჭდილება რეკლამირების დროს გუნდმა?

გუნდური მუშაობის შემდეგ, მომდევნო შეხვედრისთვის, სთხოვეთ თითოეულ ჯგუფს, შექმნან რეკლამა ელექტრონული სახით. წინასწარ გაუგზავნეთ მათ ინსტრუქცია, თუ როგორ უნდა შექმნან ელექტრონული ბუკლეტი. დაავალეთ მათ, ელექტრონული სახითაც წარმოადგინონ რეკლამა შემდეგ შეხვედრაზე.

რეკლამის შექმნა თავისუფალ თემაზე

შეგიძლიათ პროექტის მიზანი უცვლელი დატოვოთ და შეცვალოთ მხოლოდ პროდუქტი, რომლის რეკლამასაც გააკეთებენ მოსწავლეები. მას შემდეგ, რაც მოსწავლეებს წარმოდგენა შეეძენებათ პროექტის მიზანზე, შეგიძლიათ შესთავაზოთ თავისუფალ თემაზე რეკლამის შექმნა. მიეცით მათ საშუალება, თავად მოიფიქრონ პროდუქტი. თქვენ მხოლოდ ძირითად საკითხზე გაუმახვილეთ ყურადღება. დასახონ სამიზნე აუდიტორია, აღწერონ პროდუქტი გასაგებად და გადმოსცენ მთავარი სათქმელი ისე, რომ მაყურებლისთვის აღქმადი იყოს. არ შეზღუდოთ მოსწავლეები დავალების შესრულების ფორმატში. შეუძლიათ საკუთარი ნამუშევრები ფოტო-ვიდეო მასალის სახით წარმოადგინონ. ასე თქვენ უფრო მრავალფეროვნად შესრულებულ აქტივობას მიიღებთ.

მოსწავლეების მიერ შექმნილი რეკლამის ნიმუშები თავისუფალ თემაზე



პროექტის დასასრულს მნიშვნელოვანია შეფასება, რათა მოსწავლეებმა შემდგომში გააუმჯობესონ შედეგები. მოსწავლეებს წინასწარ უნდა გააცნოთ შეფასების კრიტერიუმები, შესაბამისად, ისინი მუშაობისას შეფასებაზე იფიქრებენ. შეფასების კრიტერიუმში ყურადღება გამახვილებული უნდა იყოს პროდუქტის სახელწოდებაზე, პერსონაჟზე, ამბავზე, ვიზუალზე. შეაფასეთ თითოეული გუნდი პრეზენტაციის შემდეგ და ასევე უკუკავშირის გაკეთება სთხოვეთ აუდიტორიას.

ვფიქრობ, მსგავსი აქტივობებით ხელს შევუწყობთ კრიტიკული აზროვნების, ეფექტური კომუნიკაციების უნარების ჩამოყალიბებას მოსწავლეებში.