

Материали за раздаване

Наименование на дейността	Убедителен ли съм?
---------------------------	--------------------

ПРИЛОЖЕНИЕ 1

Ключова концепция № 1: Всички медии са внимателно опаковани пакети.

Като внимателно опаковани пакети, посланията са "опаковани" с огромни усилия и разходи, въпреки че изглеждат съвсем естествени за публиката. Медийните текстове са продукт на внимателно манипулиране на конструктивни елементи, както на очевидно, така и на подсъзнателно ниво. На очевидно ниво могат да се използват конструкции като рисунки, цветовете и заглавия. Но на подсъзнателно ниво могат да се използват конструкции като призови (обобщаващ призив или призив към емоции). Учениците трябва да развият умения да гледат под повърхността на медийните послания, за да видят как са конструирани те.

Ключова концепция № 2: Медиите създават версии на реалността.

Аудиторията е склонна да приема медийните текстове като естествени версии на събития и идеи, докато всъщност те са само репрезентации на събития и идеи. Реалността, която виждаме в медийния текст, е конструирана реалност, създадена за нас от хората, които са създали медийния текст. Учениците трябва да развият умения за интерпретиране на текстове, за да могат да правят разлика между реалността и текстовите версии на реалността.

Ключова концепция № 3: Медиите се интерпретират през индивидуални призми.

Аудиторията взаимодейства с медийните текстове по идиосинкратични начини. Някои аудитории приемат някои съобщения изцяло като чиста монета. Други аудитории могат да отхвърлят същия текст, да не са съгласни с посланието му или да го смятат за неприемлив. Други публики, които не са сигурни дали са приели или отхвърлили текста, ще се опитат да се примирят с него чрез преговори. Аудиториите, които преговарят с даден текст, могат да задават въпроси, да търсят чужди мнения или да изпробват различни тълкувания или реакции, както хората пробват нови дрехи - за да видят как те подхождат на притежателя им. Учениците трябва да са отворени за множество интерпретации на текстове и да осъзнават, че реакцията към даден текст е продукт както на самия текст, така и на всичко, което публиката внася в текста от гледна точка на натрупания си житейски опит.

Ключова концепция № 4: Медиите са за пари.

1.Производството на съвременните медии е скъпо. Продуцентите трябва да възвърнат инвестициите си, като предлагат продукта си на аудиторията.

2.Една от основните цели на медиите е да насърчават консуматорството. Въпреки че се радваме на много от медийните продукти, като например списанията, трябва да сме наясно, че някои медийни текстове са създадени, за да доведат аудитория до рекламодателите, а не за да доставят текстове до аудиторията. Други могат да използват консуматорството като вторичен мотив.

3. С нарастваща регулярност четири или пет огромни комуникационни конгломерати доминират в медийните производствени съоръжения като издателите на вестници/книги/списания и компаниите за производство и разпространение на телевизионни/филмови продукции. Учениците трябва да са наясно с последиците от търговската програма на медиите и как "конвергенцията" влияе на медиите и тяхното съдържание.

Ключова концепция № 5: Медиите популяризират съдържанието.

Самият факт, че някои хора се противопоставят на някои медийни текстове, е доказателство, че тези текстове съдържат ценностни послания. Повечето медийни текстове са предназначени за аудитория, която може да бъде идентифицирана по своите ценности или идеология (система от убеждения). Откриването на идеологическата и ценностната програма на медийните текстове е важно умение в анализа на масовата комуникация.

ПРИЛОЖЕНИЕ 2: СТРУКТУРА НА КРИТИЧНОТО МИСЛЕНЕ И ЧЕТЕНЕ



ПРИЛОЖЕНИЕ 3: РАЗПОЗНАВАНЕ НА МЕДИЙНИ ТЕХНИКИ И ТЕХНИТЕ ЦЕЛЕВИ АУДИТОРИИ.

Всички умни хора биха се съгласили	популярност	интелигентна, образована аудитория, тези, които искат да бъдат смятани за интелигентни
Не е нужно да сте експерт, за да разберете, че това е удоволствие	просто обикновени хора	аудитория, която може да няма експертни познания в тази област, общото население
Наградена филмова звезда/рапър ... казва	знаменитости	аудитория, която иска да имитира или се възхищават на известни личности
Можете да бъдете техен роб или да се присъедините към нас	идентификация	Аудитория, която трудно приема авторитети Вярват в теории на конспирацията
Направете нещо важно, бъдете част от истинско семейство.	Лъжлива логика	аудитория, която обича да рискува, или има усещане за принадлежност/обслужване на някого
Ние сме Божи войници, без никаква власт и много пари.	призив към емоции	аудитория, която иска да живее като бунтар или да има повече привилегии от другите
Мигрантите са носители на много болести, носят и наркотици и печелят от препродажба на деца.	призив към емоции	аудитория, която се интересува от безопасността и общността.
Бъдете първи. Купете ___ само за 2 EUR.	популярност	Аудитории, които работят върху имиджа си и искат да получат нещата възможно най-евтино