

А.В.Федоров

**Словарь терминов
по медиаобразованию,
медиапедагогике,
медиаграмотности,
медиакомпетентности**

2014

УДК 316.77:001.8

ББК 74.Оя21

С 48

Федоров А.В. Словарь терминов по медиаобразованию, медиапедагогике, медиаграмотности, медиакомпетентности. М.: МОО «Информация для всех», 2014. 64 с.

В словаре, составленном президентом Ассоциации медиапедагогики России А.В.Федоровым на основе научной литературы и практической работы научно-образовательных центров, дана современная терминология, касающаяся основных моделей, доминирующих педагогических концепций, идей и задач развития медиаобразования, медиаграмотности, медиапедагогики, медиакультуры, медиакомпетентности.

Издание предназначено для преподавателей, аспирантов, студентов вузов, школьных учителей.

УДК 316.77:001.8

ББК 74.Оя21

Fedorov, Alexander. Media Education Dictionary: Media Education, Media Literacy, Media Studies, Media Competence. Moscow: ICO "Information for All, 2014, 64 p.

The dictionary, compiled by the President of the Russian Association for Media Education Alexander Fedorov (on the base of the scientific literature and practical experience of scientific and educational centers) gives the current terminology relating to the basic models, the dominant theoretical concepts, goals and objectives of media education, media education, media literacy, media studies, media competence.

Автор-составитель:

© Федоров Александр Викторович, Alexander Fedorov, 2010-2014.

Введение

Термин *media* происходит от латинских *medium* (средство, посредник), *media* (средства, посредники) и в современном мире повсеместно употребляется как аналог термина СМК – средства массовой коммуникации (печать, фотография, радио, кинематограф, телевидение, видео, мультимедийные компьютерные системы, включая Интернет) и/или СМИ (средства массовой информации). При этом в формулировках «медиа», принятых в разных странах, как правило, нет разночтений. Они отличаются только стилистически.

Анализ научной литературы показывает, что за последние десятилетия сложилась определенная система основных терминов, которыми оперирует медиаобразование. Вместе с тем, как и в педагогической науке в целом, так и в медиаобразовании не существует единой, принятой во всех странах мира терминологии. Как правило, не только национальные научные школы, но и отдельные ученые разных стран предлагают свои варианты формулировок таких ключевых понятий, как «медиаобразование», «медиакультура», «медиаграмотность», «медиакомпетентность», «медиапедагогика» и т.д.

К примеру, британский медиапедагог К.Базэлгэт [Bazalgette, 1992] убеждена, что суть медиаобразования в изучении шести так называемых ключевых понятий: «медийное агентство - источник медийной информации» (*media agency*), «категория медиа» (*media*

category), «технология медиа» (media technology), «медиаязык» (media language), «аудитория медиа» (media audience), «медийная репрезентация/переосмысление» (media representation). Ведущий российский специалист в области медиаобразования Ю.Н.Усов считал, что медиаобразование – это процесс развития личности средствами и на материале средств массовой коммуникации [Усов, 1995].

Во многих англоязычных странах термин «медиаобразование» заменяется аналогом – «медиаграмотность» (media literacy). Однако этот термин, как правило, не употребляется во франкофонных (l'education aux medias - медиаобразование), испаноязычных (education para los medios - медиаобразование) или германоязычных (medienpädagogic – медиапедагогика) государствах.

Впрочем, несмотря на эти разночтения, можно утверждать, что сильное влияние на формирование западной терминологии, теории и методики медиаобразования, оказал британский ученый Л.Мастерман, считающий, что цель медиаобразования заключается не только в воспитании критического мышления, но и «критической автономии» [Masterman, 1985; 1997]. Похожую трактовку медиаобразованию дает и другой американский педагог и исследователь – Р.Кьюби [Kubeu, 1997]. Он видит его цель в том, чтобы «дать учащимся понимание того, как и почему медиа отражает общество и людей», но в еще большей степени, чтобы «развивать аналитические способности и критическое мышление по отношению к медиа», плюс изучение языка средств массовой

коммуникации.

Что касается понятия «медиаграмотность», то оно ведет свое начало от терминов «критическое видение» и «визуальная грамотность», которые использовались по отношению к экранным медиа в прошлые десятилетия. В научной литературе встречаются также такие термины, как «технологическая грамотность», «информационная грамотность», «компьютерная грамотность» и т.д. Впрочем, К.Ворсноп [Worsnop, 2004], Л.Мастерман [Masterman, 1985], А.В.Федоров [2007], А.В.Шариков [Шариков, 1990] и многие другие ученые, преподаватели считают, что медиаграмотность – это часть более широкого и емкого понятия – медиаобразования. Эта тенденция находит сегодня все больше сторонников, хотя многие медиапедагоги практически ставят знак равенства между двумя этими терминами.

Терминология российского и зарубежного медиаобразования (на основе работ О.А.Баранова [Баранов, 2002], Л.С.Зазнобиной [Зазнобина, 1998], С.Н.Пензина [Пензин, 1987], Г.А.Поличко [Поличко, 2006], А.В.Спичкина [Спичкин, 1999], А.В.Федорова [Федоров, 2000; 2001; 2003; 2007], Ю.Н.Усова [Усов, 1989; 1993; 1995], А.В.Шарикова [Шариков, 1990], Н.Ф.Хилько [Хилько, 2000; 2001; 2003; 2004; 2005], К.Бэзэлгэт [Bazalgette, 1992], К.Ворснопа [Worsnop, 2004], Л.Мастермана [Masterman, 1985], А.Силверблэта [Silverblatt, 1997; 2001]. Э.Харта [Hart, 1997] и других медиапедагогов) была впервые обобщена на страницах журнала «Искусство и образование» [Федоров, 2000, с.33-38].

В данный словарь намеренно не включена терминология,

связанная с медийными техническими устройствами, аппаратурой. Читателям, интересующихся данной тематикой, мы рекомендуем обратиться к обстоятельному словарному труду И.И.Романовского [Романовский, 2004].

А

Автономия критическая (*critical autonomy*) – сформированная на базе критического мышления независимость суждений и анализа медиатекстов.

Агентство медийное (*media agency*) – организация, занимающееся производством, распространением и продажей медиатекстов (газет, журналов, фильмов, теле/радиопередач, интернет-сайтов, рекламы и т.д.), сбором, обработкой медийной информации.

Адресат медиа (*addressee for media, media audience*) – предполагаемая (целевая) аудитория, на которую рассчитан тот или иной медиатекст.

Адресат медиаобразования (*addressee for media education, audience for media education*) – школьники, студенты, учителя, преподаватели, работники медиасферы (медиатеки, учебного телевидения и т.д.) и др. группы населения.

Алгоритм развития аудиовизуального восприятия (*algorithm of the audiovisual perception development*) – последовательный перечень перцептивных действий, неоднократное выполнение которых в системе тренировочных упражнений позволяет овладеть навыками восприятия экранного повествования: выявление единиц экранного повествования; их образное обобщение в результате эмоционально-смыслового соотнесения; выстраивание в своем сознании художественного пространства, открывающего атмосферу эмоциональных, ассоциативных, семантических связей; соотнесение образных обобщений для постижения внутреннего содержания повествования, авторской концепции и своего отношения к ней (Ю.Н.Усов, 1995).

Анализ медиатекста автобиографический (личный) (*autobiographical analysis of media text*) – сопоставление своего жизненного опыта (событий личной жизни, проявлений своего характера в различных ситуациях) с жизненным опытом персонажей и авторов медиатекстов. Данный аналитический подход опирается на ассоциативную память человека (эффект «вспышек памяти») и помогает аудитории критически понять влияние медиакультуры на развитие личности человека, способствует развитию медиакомпетентности. Учитывая, что восполнение человеком недостающих ему в реальной жизни чувств и переживаний абсолютно закономерно, автобиографический анализ на медиаобразовательных занятиях связан также с терапевтическим эффектом и феноменом компенсации (А.В.Федоров, 2007).

Анализ герменевтический культурного медийного контекста (hermeneutic analysis of cultural media context) – исследование процесса интерпретации медиатекста, культурных, исторических факторов, влияющих на точку зрения агентства/автора медиатекста и на точку зрения аудитории. Герменевтический анализ предполагает постижение медиатекста через сопоставление с культурной традицией и действительностью; проникновение в логику медиатекста; анализ медиатекста через сопоставление художественных образов в историко-культурном контексте. Таким образом, предметом анализа становится система медиа и ее функционирование в обществе, взаимодействие с человеком, язык медиа и его использование. В качестве целей медиаобразования в данном случае выделяются: формирование культуры взаимодействия с медиа, развитие восприятия различных видов информации, умений анализа и интерпретации медиатекста, формирование критического мышления, развитие творческих способностей в области медиа (А.В.Федоров, 2007).

Анализ медиа и медиатекста идентификационный (identification analysis of media and media text) – распознавание/идентификация скрытых сообщений в медиатекстах, т.к. медийные агентства часто предлагают упрощенные решения сложных проблем (А.В.Федоров, 2007).

Анализ медиа и медиатекста идеологический (ideological analysis of media and media text) - анализ идеологических аспектов медийной сферы. Теоретической базой тут является идеологическая теория медиа. Предполагается, что медиа способны целенаправленно воздействовать на общественное мнение, в том числе в интересах того или иного социального класса, расы или нации. Педагогическая стратегия медиаобразования сводится к изучению политических, социальных, национальных и экономических аспектов медиа, к анализу многочисленных противоречий, которые содержат эти аспекты с точки зрения того или иного класса, расы, религии или нации (Piette & Giroux, 1998).

Анализ медиатекста иконографический (iconographic analysis of media text) – ассоциативный анализ изображения в медиатексте (например, вода, огонь – как символы чистоты и разрушения), связанный с семиотическим анализом.

Анализ информации (*analysis of information/message*) – изучение, трактовка информации того или иного вида. Принято различать следующие виды анализа информации: контент-анализ, структурный, сюжетный, автобиографический, иконографический, семиотический, идентификационный, идеологический, философский, эстетический, этический, мотивационный, культивационный, герменевтический анализ, анализ стереотипов, персонажей и др. (А.В.Федоров, 2007).

Анализ медиа и медиатекста культивационный (*cultivation analysis of media and media text*) – анализ содержания медиа и медиатекстов с опорой на исследование социокультурного контекста и исследования масс-медиа (G.Gerbner). Согласно культивационной теории медиа, аудитория выбирает медиатексты с точки зрения своих взглядов, предпочтений. Отсюда культивационный анализ можно представить как а) технологию приемов создания условий для того, чтобы аудитории было легче обозначить (сознательно или бессознательно) свои мнения, ожидания и ценности; б) исследование «глубоких интервью» о демографических и психологических мотивах выбора конкретного респондента; с) исследование периодических опросов медийной аудитории.

Анализ культурной мифологии медиатекста (*cultural mythology analysis of media text*) - выявление и анализ мифологизации (в том числе в рамках так называемых фольклорных источников – сказок, «городских легенд» и т.д.) стереотипов фабул, тем, персонажей и т.д. в конкретном медиатексте (А.В.Федоров, 2007).

Анализ медиатекста (*media text's analysis*) – изучение, трактовка медиатекста того или иного вида и жанра. Принято различать следующие виды анализа медиатекстов: контент-анализ, структурный, сюжетный, автобиографический, иконографический, семиотический, идентификационный, идеологический, философский, эстетический, этический, мотивационный, культивационный, герменевтический анализ, анализ медийных стереотипов, персонажей медиатекстов и др. (А.В.Федоров, 2007).

Анализ персонажей медиатекста (*media text's character analysis*) - анализ характеров, мотивов поведения, идейных ориентаций, поступков/действий персонажей медийных текстов разных видов и жанров.

Анализ медиатекста семиотический (*semiological analysis of media text*) - анализ языка знаков и символов в медиатекстах; данный

анализ тесно связан с иконографическим анализом. Семиотический анализ медиатекста в учебных целях опирается на *семиотическую теорию медиаобразования (semiotic approach, le decodage des medias)*, обоснованную в трудах таких теоретиков медиа семиотического (структуралистского) направления, как Р.Барт (R.Barthes, 1964), У.Эко (U.Eco, 1976) и др.

Анализ стереотипов медиатекстов (media texts' stereotypes analysis) - выявление и анализ стереотипного изображения людей, идей, событий, сюжетов, тем и т.д. в медиатекстах.

Анализ медиа и медиатекста структурный (structural analysis of media and media text) - анализ систем, отношений, форм медиакультуры, структуры медиатекстов. Многие исследования по структурному анализу медиатекстов опираются на работы В.Я.Проппа (В.Пропп, 1998), Р.Барта (R.Barthes, 1964, 1965), У.Эко (U.Eco, 1976) и др. ученых, связанных с проблемами семиотики, мифологии и фольклора.

Анализ медиатекста сюжетный/повествовательный (narrative analysis of media text) - анализ сюжетов, фабул медиатекстов. Сюжетный анализ тесно связан со структурным, мифологическим, семиотическим и другими видами анализа медиа и медиатекстов (Barthes, 1964; 1965; Eco, 1976; Masterman, 1984; Пропп, 1998 и др.).

Анализ медиа и медиатекста философский (philosophical analysis of media and media text) - анализ философских аспектов медийной сферы и медиатекстов.

Анализ медиатекста эстетический (aesthetical analysis of media text) - анализ художественной концепции произведений медиакультуры разных видов и жанров, тесно связан с эстетической (художественной) теорией медиаобразования (*aesthetical approach, media as popular arts approach, discriminatory approach*) (Баранов, 2002; Пензин, 1987, 2001; Усов, 1989 и др.). Теоретическая база здесь во многом совпадает с культурологической теорией медиаобразования. Однако главная цель медиаобразования видится в том, чтобы помочь аудитории понять основные законы и язык спектра медиатекстов, имеющих прямое отношение к искусству; развить эстетическое/художественное восприятие и вкус, способности к квалифицированному эстетическому анализу. Вот почему основное внимание уделяется анализу языка медиакультуры, критическому анализу авторской концепции художественного медиатекста.

Анализ медиа и медиатекстов этический (*ethical analysis of media and media text*) – анализ моральных аспектов в сфере медиа и в медиатекстах. Данный вид анализа опирается на так называемую этическую теорию медиа. Предполагается, что медиа способны формировать определенные этические/моральные принципы аудитории (особенно это касается несовершеннолетних). Из этого вытекает главная цель этического медиаобразования: приобщить аудиторию к той или иной этической модели поведения (отвечающей, к примеру, конкретной религии, уровню развития цивилизации, демократии и т.д.). Педагогическая стратегия базируется на изучении этических аспектов медиа и этического анализа медиатекстов (Пензин, 1987).

Аннотация (*annotation, abstract*) – краткое изложение информации, содержания медиатекста любого вида и жанра.

Аппликация (*application*) – медиатекст, созданный путем наклеивания/наложения на какую-либо поверхность разнородных фрагментов (бумаги, ткани и пр.).

Артефакт медийный (*media artifact*) – медийный художественный объект или медийный дефект.

Ассоциация (*connotation*) – процесс, при котором возникает смысловая связь между образами и представлениями медиатекста.

Ассоциация кинообразования и медиапедагогики России (*Russian Association for Film and Media Education*) – Ассоциация кинообразования и медиапедагогики России основана в 1967 году и объединяет свыше 300 медиапедагогов практически из всех федеральных округов России - от Владивостока до Москвы и Санкт-Петербурга. Основная цель ассоциации - поддержка и продвижение массового кинообразования и медиаобразования в школах, вузах, учреждениях дополнительного образования и культуры. Ассоциация выпускает журнал "Медиаобразование" (с 2005 года), выходящий 4 раза в год в бумажном и электронном вариантах. Президент Ассоциации – Федоров Александр Викторович, доктор педагогических наук, эксперт в области медиаобразования, главный редактор журнала «Медиаобразование», эксперт Аналитического центра при Правительстве Российской Федерации, член Союза кинематографистов РФ, академик Национальной академии кинематографических искусств и наук, проректор по научной работе Таганрогского государственного педагогического института им. А.П.Чехова автор свыше 50 монографий и учебных пособий по проблемам медиаобразования, медиакультуры и кинематографа.

Аудио (*audio*) – электронная аппаратура, специальные пленки, кассеты и диски, позволяющие записывать и прослушивать аудиотексты в разных форматах.

Аудиовосприятие (audio perception) – способность человека к выявлению в медиатексте смысловых, образных взаимосвязей между единицами звукового ряда; ощущение атмосферы чувств, значений, ассоциаций; определение своего отношения к системе взглядов авторов медиатекста (Ю.Н.Усов, 1995).

Аудиотекст (audio text) – сообщение (радиопередача, звукозапись и пр.), изложенное в любом виде и жанре, и предназначенное для слухового восприятия аудиторией.

Аудитория медийная (media audience) – дифференцированные по различным признакам (возрастным, социальным, образовательным, расовым, гендерным, национальным и др.) группы людей, контактирующих с медиатекстами.

Аудитория информационная (audience for information) – дифференцированные по различным признакам (возрастным, социальным, образовательным, расовым, гендерным, национальным и др.) группы людей, контактирующих с информацией.

Аудитория целевая (target audience) – определенная группа людей, контактирующих с медиатекстами, выделенная медийным агентством по каким-либо признакам (возрастным, социальным, образовательным, расовым, гендерным, национальным и др.) с целью максимального воздействия (например, рекламного).

Б

База данных (data base) – систематизированная форма организации и представления разного рода информации (например, в компьютерной сети).

Банк данных (data bank) – совокупность баз данных.

Безопасность информационная (information safety, information protection) - способность государства, общества, социальной группы, личности обеспечить с требуемой вероятностью достаточные и защищенные информационные ресурсы и потоки для поддержания жизнедеятельности, устойчивого функционирования и развития соответствующего структурного образования. Обеспечение информационной безопасности предполагает противостояние негативному воздействию на индивидуальное и общественное сознание и психику людей, а также на компьютерные сети и другие источники информации (Ф.И. Шарков, 2003). Аналоги, близкие понятия: **интернет-безопасность (internet safety), медийная безопасность (media safety, media protection), информационная защита (information protection/safety).**

Безопасность компьютерная (computer safety) - комплекс программных и организационных средств для противодействия вредоносным воздействиям (компьютерным вирусам и пр.). Аналоги, близкие понятия: **интернет-безопасность (internet safety)**, **медийная безопасность (media safety, media protection)**.

Безопасность медийная (media safety, media protection) - способность государства, общества, социальной группы, личности обеспечить достаточные и защищенные медийные ресурсы и потоки для поддержания жизнедеятельности, устойчивого функционирования и развития соответствующего структурного образования. Обеспечение медийной безопасности предполагает противостояние негативному воздействию на индивидуальное и общественное сознание и психику людей, а также на источники информации (адаптировано по: Ф.И. Шарков, 2003). Аналоги, близкие понятия: **интернет-безопасность (internet safety)**, **информационная безопасность (information safety, information protection)**, **информационная защита (information protection/safety)**.

Библиотека (library) – частная или публичная коллекция, фонд печатных текстов (в том числе и в электронном виде, в интернете). Близкие понятия: **медиаотека, фонотека, фототека, видеотека**.

Блокбастер (block-buster) – высокобюджетный медиатекст, ориентированный на большой успех у аудитории и весомую финансовую прибыль.

Боевик (action) – фильм действия (action), ориентированный на большой успех у аудитории и весомую финансовую прибыль.

В

Видео (video) – электронная аппаратура (видеокамера, видеомагнитофон, проектор, монитор и др.), специальные пленки, кассеты и диски, позволяющие записывать и демонстрировать аудиовизуальные медиатексты в разных форматах.

Видео-арт (video art) – искусство создания медиатекстов при помощи видеотехники, видеоискусство (т.е. художественные медиатексты, созданные с помощью видеотехники).

Видеоклип (video clip, music video) – короткий аудиовизуальный медиатекст (рекламный, музыкальный и т.д.).

Видеопиратство (video piracy) – контрафактное/незаконное тиражирование и демонстрация аудиовизуальных медиатекстов. Близкое понятие: **медиапиратство (media piracy)**.

Видеотворчество (video creation) – процесс созидательной деятельности в сфере видеосъемки и его предметные результаты;

взаимосвязанные процессы проективной деятельности и видеосъемки (Н.Ф.Хилько, 2000). Близкие понятия: *медиатворчество (media creation)*, *аудиовизуальное творчество (audiovisual creation)*.

Видеотека (videotheque, video library) – частная или публичная коллекция, видеофонд аудиовизуальных текстов, видеотекстов (в том числе – в электронном виде, в интернете). Близкие понятия: *медиаотека, библиотека, фонотека, фототека*.

Видеотекст (video text) – аудиовизуальное или видеосообщение, изложенное в любом виде и жанре. Близкие понятия: *аудиовизуальный текст (audiovisual text, message)*, *медиаотекст (media text, media message)*.

Видеоэкология (video ecology) – раздел духовной экологии, в котором рассматриваются основные принципы видеорепертуара, культуры видеовосприятия; создание своеобразного иммунитета против низкокачественных видеотекстов, приобщение к аудиовизуальной культуре, овладение духовно-нравственными и эстетическими критериями оценки видеообразов (Н.Ф.Хилько, 2000).

Вирус компьютерный (computer virus) – специальная компьютерная «хакерская» программа, предназначенная для нанесения вреда нормальной работе компьютерных сетей и персональных компьютеров.

Воздействие информационное (information effect) – различного рода (психологическое, этическое, эстетическое, терапевтическое и др.) влияние информации на аудиторию.

Воздействие медийное (media effect) – различного рода (психологическое, этическое, эстетическое, терапевтическое и др.) влияние медиа и медиатекстов на аудиторию.

Воспитание аудиовизуальное (audiovisual education) – составная часть художественного, культурологического воспитания, состоящая в совместной деятельности воспитателя и воспитанника и направленная на усвоение *аудиовизуальной культуры*, изучение закономерностей происхождения, развития и функционирования аудиовизуальной культуры; система приобщения к духовным, эстетическим, нравственным, ментальным общечеловеческим ценностям в процессе восприятия, анализа аудиовизуальных текстов и аудиовизуальной деятельности (Н.Ф. Хилько, 2000). Термин *аудиовизуальное воспитание* близок к терминам *аудиовизуальная грамотность, визуальная грамотность, медиаграмотность, кинограмотность, киновоспитание, кинообразование, медиаобразование, медиакомпетентность, медиакомпетенция*.

Воспитание медийное (media education) – составная часть воспитания, состоящая в совместной деятельности воспитателя и

воспитанника и направленная на усвоение *медийной культуры*, изучение закономерностей происхождения, 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).

Термин *медийное воспитание* близок к терминам *аудиовизуальное воспитание, аудиовизуальная грамотность, визуальная грамотность, медиаграмотность, кинограмотность, киновоспитание, кинообразование, медиаобразование, медиакомпетентность, медиакомпетенция.*

Восприятие аудиовизуальное (audiovisual perception) – способность человека к выявлению в медиатексте смысловых, образных взаимосвязей между единицами аудиовизуального повествования (событиями, сценами, эпизодами, кадрами, элементами внутрикадровой композиции); установления в них закономерностей, конфликтов, кульминаций; ощущение атмосферы чувств, значений, ассоциаций; определение своего отношения к системе взглядов авторов аудиовизуального медиатекста (Ю.Н. Усов, 1995).

Восприятие визуальное (visual perception) – способность человека к выявлению в медиатексте смысловых, образных взаимосвязей между единицами визуального повествования; установления в них закономерностей, конфликтов; ощущение атмосферы чувств, значений, ассоциаций; определение своего отношения к системе взглядов авторов визуального медиатекста (Ю.Н. Усов, 1995). Близкое понятие: *зрительное восприятие.*

Восприятие зрительное (visual perception) – способность человека к выявлению в медиатексте смысловых, образных взаимосвязей между единицами визуального повествования; установления в них закономерностей, конфликтов; ощущение атмосферы чувств, значений, ассоциаций; определение своего отношения к системе взглядов авторов визуального медиатекста (Ю.Н. Усов, 1995). Близкое понятие: *визуальное восприятие.*

Восприятие информации (perception of information) – способность человека к выявлению в информации смысловых, образных взаимосвязей, установления в них закономерностей, конфликтов, кульминаций; ощущение атмосферы чувств, значений, ассоциаций; определение своего отношения к информации.

Восприятие медийное (media perception) – способность человека к выявлению в медиатексте смысловых, образных взаимосвязей между единицами повествования (событиями, сценами, эпизодами); установления в них (художественных) закономерностей, конфликтов,

кульминаций; ощущение атмосферы чувств, значений, ассоциаций; определение своего отношения к системе взглядов авторов медиатекста (Ю.Н. Усов, 1995).

Восприятие слуховое (*audio perception*) – способность человека к выявлению смысловых, образных взаимосвязей между единицами звуковой информации; установления в них закономерностей, конфликтов; ощущение атмосферы чувств, значений, ассоциаций; определение своего отношения к звуковой информации.

Г

Гиперссылка (*hyper link*) – элемент электронного документа, используемый для быстрого перехода к другому документу, либо его части.

Гипертекст (*hyper text*) – специальная организация компьютерных, интернетных медиатекстов, позволяющая при нажатии курсора на определенные слова или аудиовизуальные объекты мгновенно переходить на присоединенные к ним ссылки и родственные тексты или объекты.

Грамотность аудиовизуальная (*audiovisual literacy*) - умение анализировать и синтезировать пространственно-временную аудиовизуальную реальность, умение «читать» аудиовизуальный медиатекст, способность использовать аудиовизуальную технику, знание основ аудиовизуальной культуры, то есть результат аудиовизуального образования. Близкие понятия: **информационная грамотность (*information literacy*)**, **медиаграмотность (*media literacy*)**, **медийная грамотность**, **медиакомпетентность (*media competence*)**, **медиакомпетенция**, **медийная компетенция**, **медийная компетенция**.

Грамотность визуальная (*visual literacy*) - умение анализировать и синтезировать зрительную реальность, умение «читать» визуальный медиатекст, знание основ визуальной культуры, то есть результат визуального образования. Близкие понятия: **медиаграмотность (*media literacy*)**, **медийная грамотность**, **медиакомпетентность (*media competence*)**, **медиакомпетенция**, **медийная компетенция**, **медийная компетенция**, **аудиовизуальная грамотность**.

Грамотность информационная (*information literacy*) - умение «читать», анализировать и синтезировать информацию, - способность использовать компьютерную и медиатехнику, знание основ информатики, информационных технологий. Близкие понятия: **медиакомпетентность (*media competence*)**, **медиакомпетенция**, **медийная компетентность**, **медийная компетенция**, **медиаграмотность (*media literacy*)**, **аудиовизуальная грамотность (*audiovisual literacy*)**.

Грамотность компьютерная (*computer literacy*) - способность использовать компьютерную технику, знание основ информатики, информационных технологий. Близкие понятия: **информационная грамотность (*information literacy*)**, **медиакомпетентность (*media competence*)**, **медиакомпетенция**, **медийная компетентность**, **медийная компетенция**, **медиаграмотность (*media literacy*)**.

Грамотность медийная (*media literacy*) - умение анализировать и синтезировать медийную реальность, умение «читать» медиатекст, способность использовать медийную технику, знание основ медиакультуры, то есть результат медиаобразования. Аналоги – **медиакомпетентность (*media competence*)**, **медиакомпетенция**, **медийная компетентность**, **медийная компетенция**, **аудиовизуальная грамотность (*audiovisual literacy*)**.

Д

Дайджест (*digest*) – сокращенный, адаптированный вариант медиатекста(ов).

Дезинформация медийная (*media disinformation, misinformation*) – медиатекст, содержащий заведомо ложную информацию.

Декодирование (*decoding*) – расшифровка/дешифровка, трактовка информации, содержания медиатекста аудиторией.

Диагностика педагогическая в информационной, аудиовизуальной и медиасфере (*pedagogical diagnostics in the information, audiovisual and media area*) – способы выявления уровней **информационной грамотности (*information literacy*)**, **аудиовизуальной грамотности (*audiovisual literacy*)**, **медиаграмотности (*media literacy*)**, **медиакомпетентности (*media competence*)** с применением анкетирования, тестирования, творческих заданий и т.д.

Дидактика медиapedагогическая (*media didactics*) – теория медийного обучения, включающая цели, содержание, организационные

формы, способы и средства, помогающие развитию **медиаграмотности/ медиакомпетентности**. Близкие понятия: **медиаобразование, медиаграмотность**.

Ж

Жанр медийный (*media genre*) – группа медиатекстов, выделенных на основе сходных черт их внутреннего строения (трагедия, комедия, драма, мелодрама, интервью, репортаж и т.д.).

З

Задачи медиаобразования (*tasks of media education*) – обучить грамотно «читать» медиатекст; развить способности к восприятию и аргументированной оценке информации, развивать самостоятельность суждений, критического мышления, предпочтений, эстетического вкуса; интегрировать знания и умения, получаемые на различных учебных занятиях, в процессе восприятия, анализа и творческой деятельности и др.

Так среди основных задач медиаобразования можно выделить:

- развитие способности к критическому мышлению/критической автономии личности;
- развитие способностей к восприятию, идентификации, интерпретации, декодированию, оценке, пониманию, анализу медиатекстов;
- развитие знаний социальных, культурных, политических и экономических смыслов и подтекстов функционирования медиа в социуме и медиатекстов, подготовку людей к жизни в демократическом обществе;
- развитие коммуникативных способностей личности;
- обучение человека самовыражаться с помощью медиа, экспериментировать с различными способами технического использования медиа, создавать медиапродукты/тексты;
- давать знания по теории и истории медиа и медиакультуры [включая такие ключевые понятия, как *агентство медиа (agency)*, *категория медиа (category)*, *язык медиа (language)*, *технология медиа (technology)*, *репрезентация медиа (representation)*, *аудитория медиа (audience)* и т.д.].

Запись монтажная (*cutting recording*) – последовательная покадровая запись содержания медиатекста, включая номер кадра, крупность плана, движение камеры, содержание кадра – аудиовизуальный ряд, спецэффекты и т.д.

И

Имидж медийный (*media image*) – специально созданный медийный образ (человека, предмета, явления) с целью популяризации, рекламы и т.д.

Имиджмейкер (*image maker*) – специалист, разрабатывающий медийные образы (человека, предмета, явления) с целью популяризации, рекламы и т.д.

Интерактивность медийная (*media interactivity*) - медиатексты с предусмотренными авторами возможностями для прямой/живой обратной связи, диалога с аудиторией (с помощью телефонной, видео, спутниковой и интернет-связи, компьютерных и видеоигр). Эффективно используется и в процессе интерактивного обучения.

Интернет (*Internet*) – глобальный комплекс компьютерных сетей.

Интернет-форум (*Internet forum*) - массовое представительное собрание в сети Интернет, виртуальная форма общения.

Информатизация (*information net*) – организационные социально-экономический и научно-технический процессы создания определенных условий для удовлетворения информационных потребностей и реализации прав граждан, органов государственной власти, местного самоуправления, общественных объединений на основе формирования и использования информационных ресурсов (И.И.Романовский, 2004).

Информатика (*information science*) – наука об общих свойствах и закономерностях информации, а также методах их поиска, передачи, хранения, обработки и использования в различных сферах деятельности человека. Включает в себя теорию информации, разработку методов и программ для подготовки, хранения и поиска информации, математическую теорию процессов передачи и обработки информации и др. (И.И.Романовский, 2004).

Информация (*information, message*) – сообщение, передаваемое тем или иным способом (устным/звуковым, письменным, визуальным, аудиовизуальным) с помощью условных кодов и технических средств.

Искусства аудиовизуальные (*audiovisual arts*) – искусства, построенные на звукозрительных образах. Близкие понятия: **киноискусство** (*film art*), **видеоарт** (*video art*), **экранные искусства** (*screen arts*), **медийные искусства** (*media arts*).

Искусства визуальные (*visual arts*) – искусства, построенные на зрительных образах. Близкие понятия: **киноискусство** (*film art*),

видеоарт (video art), экранные искусства (screen arts), медийные искусства (media arts).

Искусства медийные (media arts) – искусства, построенные на медийных образах (то есть образах, создаваемых средствами (массовой) коммуникации воспроизведения действительности (средствами печати, фотографии, радио, грамзаписи, кино, телевидения, видеоарта, компьютерной графики и т.д.). Близкие понятия: *киноискусство (film art), видеоарт (video art), аудиовизуальные искусства (audiovisual arts), экранные искусства (screen arts).*

Искусства слуховые (audio arts) – искусства, построенные на звуковых, слуховых образах. Близкие понятия: *киноискусство (film art), видеоарт (video art), экранные искусства (screen arts), медийные искусства (media arts).*

Искусства экранные (screen arts) – искусства, построенные на звукозрительных экранных образах. Близкие понятия: *киноискусство (film art), видеоарт (video art), аудиовизуальные искусства (audiovisual arts), медийные искусства (media arts).*

К

Кадр (shot) – основная единица структуры аудиовизуального произведения, один кусок медиатекста, начинающаяся и заканчивающаяся стыком с другим куском: «*установочный кадр (establishing shot)*»; «*кадр общего плана (long shot)*», «*кадр среднего плана (medium shot)*».

Категория медиа (медийная) (media category) – виды (пресса, телевидение, кинематограф, радио, интернет и др.) медиа и жанры (репортаж, интервью, драма, комедия, портрет, пейзаж и др.) медиатекстов.

Кинокритика (film criticism) – область журналистики, оперативного киноведения, творческо-познавательная деятельность, касающаяся как анализа, оценки различного рода аспектов функционирования кинематографа в социуме, так и конкретных кинематографических медиатекстов – фильмов. Близкие понятия – *киноведение (film studies), медиакритика (media criticism).*

Киноклуб (film club) – учреждение, включающее комплекс выставочных и кинозалов, студий, *фильмотеку* и т.п. В рамках киноклубов проходят коллективные обсуждения фильмов (нередко с участием их авторов). Близкие понятия: *медиацентр (media center), киноцентр (cinema center), медиаклуб (media club).*

Кинообразование (film education) – процесс образования и развития личности средствами и на материале киноискусства с целью

формирования культуры общения с экраном, творческих, коммуникативных способностей, умений интерпретации, анализа и оценки кинотекста, обучения различным формам самовыражения при помощи кинотехники. Содержание кинообразования: основы киноведения (виды и жанры киноискусства, функции кинематографа в социуме, киноязык, история киноискусства и т.д.), сведения об основных областях применения теоретических знаний (профессиональный и любительский кинематограф, киноvideoproкат, кино клубное движение, телевидение, учреждения досуга, образовательные учреждения и т.д.), практические творческие задания на материале киноискусства.

Кинотекст (*film text, film construct*) – сообщение, изложенное в любом виде (игровой, документальный, анимационный, учебный, научно-популярный) и жанре (драма, мелодрама, комедия, детектив и др.) кинематографа.

Классификация видов медиаобразования (*media education classification*):

- по целям: профессиональное и массовое (непрофессиональное);
- по степени организованности: формальное, внеформальное и неформальное;
- по видам образовательных учреждений: основное и дополнительное;
- по наличию видовой интеграции: интегрированное, специальное/специализированное/автономное;
- по предметно-содержательной локализованности: предметное, межпредметное и многопредметное;
- по формам реализации: активное, пассивное, смешанное;
- по уровню: дошкольное, начальное, среднее, профессиональное (разных уровней) и последипломное (магистратура, аспирантура, докторантура) [И.А. Фатеева, 2007, с.34-38].

Код (*code*) – результат приведения в систему неких условных понятий, чтобы знакомая с «кодом» аудитория могла опираться на него при восприятии, интерпретации и анализе медиатекста (например, марка студии, эмблема и пр.).

Коллаж (*collage*) – использование разнотипных объектов и фактур в одном медиатексте.

Контент-анализ (*content analysis*) – количественный анализ медиатекстов (определение категории медиатекста, систематизация фактов, выводы о типах повествования, символах, языках, формах и т.д.; о том, как часто проявляются те или иные факторы, например, стереотипы в сюжете). Применим также к анализу работы медийных агентств (объем передаваемой ими информации, избирательность

информации и пр.). В рамках контент-анализа не делается различий по степени значимости между исследуемыми единицами – в центре внимания лишь частота их появления (Назаров, 2004).

Коммуникативистика (*communication studies*) - наука, изучающая гуманитарные аспекты коммуникации, развития информационных систем и средств, характер, формы, результаты их воздействия на социум. Близкие понятия: **коммуникология** (*communication studies*), **теория коммуникации** (*communication theory*), **медиаология** (*medialogie*).

Коммуникатор (*communicator*) – инициатор коммуникативных связей; лицо или группа лиц, создающих и передающих сообщения, медиатексты.

Коммуникация (*communication*) - связь, путь сообщения, общение, передача информации, в том числе – медийной (вербальная, невербальная, визуальная, аудиовизуальная, групповая, массовая, межличностная, внутриличностная, дистанционная, тактильная, контактная, конфликтная, культурная, межкультурная, социальная, педагогическая и др. виды коммуникации).

Коммуникация аудиовизуальная (*audiovisual communication*) - связь, путь сообщения, общение, передача информации, в том числе – медийной; взаимодействие в процессе аудиовизуального, медийного восприятия.

Коммуникация визуальная (*visual communication*) - связь, путь сообщения, общение, передача визуальной информации, в том числе – медийной; взаимодействие в процессе визуального, зрительного восприятия.

Коммуникация звуковая (*audio communication, sound communication*) - связь, путь сообщения, общение, передача звуковой информации, в том числе – медийной; взаимодействие в процессе слухового восприятия.

Коммуникация медийная (*media communication*) - связь, путь сообщения, общение, передача медийной информации; взаимодействие в процессе медийного восприятия.

Коммуникация массовая (*mass communication*) - связь, путь сообщения, общение, передача информации, в том числе – медийной (вербальная, невербальная, визуальная, аудиовизуальная, межличностная, внутриличностная, дистанционная, тактильная, контактная, конфликтная, культурная, межкультурная, социальная, педагогическая и др. виды коммуникации), рассчитанная на массовую аудиторию.

Культура аудиовизуальная (*audiovisual culture*) – совокупность материальных и интеллектуальных ценностей в области

аудиовизуальных медиа, а также исторически определенная система их воспроизводства и функционирования в социуме; по отношению к аудитории аудиовизуальная культура может выступать системой уровней развития личности человека, способного воспринимать, анализировать, оценивать аудиовизуальный медиатекст, заниматься аудиовизуальным медиаторчеством, усваивать новые знания в области медиа. Аналогии: видеокультура (*video culture*), кинематографическая культура (*film culture*), медиакультура (*media culture*).

Культура визуальная (*visual culture*) – совокупность материальных и интеллектуальных ценностей в области визуальных медиа, а также исторически определенная система их воспроизводства и функционирования в социуме; по отношению к аудитории визуальная культура может выступать системой уровней развития личности человека, способного воспринимать, анализировать, оценивать визуальный медиатекст, заниматься медиаторчеством, усваивать новые знания в области визуальных медиа. Аналогии: видеокультура (*video culture*), кинематографическая культура (*film culture*), медиакультура (*media culture*).

Культура информационная (*information culture*) – совокупность материальных и интеллектуальных ценностей в области информации, а также исторически определенная система их воспроизводства и функционирования в социуме; по отношению к аудитории информационная культура может выступать системой уровней развития личности человека, способного воспринимать, анализировать, оценивать информацию, усваивать новые знания в этой области. Аналогии: видеокультура (*video culture*), кинематографическая культура (*film culture*), медиакультура (*media culture*).

Культура медийная (*media culture*) – совокупность материальных и интеллектуальных ценностей в области медиа, а также исторически определенная система их воспроизводства и функционирования в социуме; по отношению к аудитории медийная культура может выступать системой уровней развития личности человека, способного воспринимать, анализировать, оценивать медиатекст, заниматься медиаторчеством, усваивать новые знания в области медиа. Аналогии: видеокультура (*video culture*), кинематографическая культура (*film culture*), медиакультура (*media culture*).

Культура медийная массовая (*mass media culture*) – система производства, распространения, рекламы, продажи относительно несложных для восприятия медиатекстов, рассчитанных на массовую аудиторию. Некоторые теоретики отождествляют массовую и популярную культуру (*pop culture*).

Купирование (*crop*) – усечение, сокращение медиатекста.

Л

Логотип медийный (*media logo*) – символическая, стилизованная эмблема медийной фирмы, агентства.

М

Манипуляция информационная (*information manipulation*) – система приемов и способов информационных воздействий на аудиторию с целью навязывания каких-либо идей, мнений или введения в заблуждение.

Манипуляция медийная (*media manipulation*) – система приемов и способов медийных воздействий на аудиторию с целью навязывания каких-либо идей, мнений или введения в заблуждение.

Маркетинг медийный (*media marketing*) - стратегия, система управления планированием, финансированием, производством, распространением, анализом возможностей и вкусов потенциальных потребителей, рекламой, ценообразованием и продажей медийных продуктов, медиатекстов, основанная на всестороннем анализе рынка.

Марчандайзинг медийный (*media merchandising*) – часть рекламной компании, включающей выпуск сопутствующих товаров, имеющих отношение к тому или иному медиатексту или медийному событию, их распространение, продажу.

Медиа (*media, mass media*) - средства (массовой) коммуникации - технические средства создания, записи, копирования, тиражирования, хранения, распространения, восприятия информации и обмена ее между субъектом (автором медиатекста) и объектом (массовой аудиторией).

Медиа-арт (*media art*) – искусство создания медиатекстов при помощи медиатехники.

Медиавоздействие (*effects, media effects*) – воздействие медиатекстов на аудиторию: в сфере воспитания и образования, развития сознания, формирования поведения, взглядов, реакций, откликов, распространения информации и т.д.

Медиавосприятие (*media perception*) - восприятие «медиа-реальности», чувств и мыслей авторов медиатекстов.

Медиаграмотность (*media literacy*) – результат медиаобразования, изучения медиа. Чем больше вы изучаете медиа (с помощью медиа), тем более вы медиаграмотны: медиаграмотность – это способности экспериментирования, интерпретации/анализа и создания медиатекстов» (С. Worsnop, 1999).

Медиаграмотность (*media literacy*) – выступает за то, чтобы

человек был активным и медиаграмотным, обладающим развитой способностью к восприятию, созданию, анализу, оценке медиатекстов, к пониманию социокультурного и политического контекста функционирования медиа в современном мире, кодовых и репрезентационных систем, используемых медиа; жизнь такого человека в обществе и мире связана с гражданской ответственностью (International Encyclopedia of the Social & Behavioral Sciences. Vol. 14, 2001).

Медиаграмотность (media literacy) - результат процесса медиаобразования (media education) (В.Гура, А.Короченский, В.Монастырский, С.Пензин, Л.Усенко, А.Федоров, J.Pungente, I.Rother, D.Suess, Ch.Worsnop).

Медиаграмотность (media literacy) – способность использовать, анализировать, оценивать и передавать **сообщения (messages)** в различных формах» (R.Kubey, 1997).

Медиаграмотность (media literacy) - умение анализировать и синтезировать пространственно-временную реальность, умение «читать» медиатекст, то есть результат медиаобразования.

Медиадидактика (media didactics) – теория медийного обучения, включающая цели, содержание, организационные формы, способы и средства, помогающие развитию **медиаграмотности/медиакомпетентности**.

Медиаизмерения (media measurements) – процесс получения данных о числе, структуре медийной аудитории, предоставляемой в определенном отрезке времени и месте. Измерение телеаудитории, например, основано на получении информации о просмотрах телепередач с помощью специальных приборов-датчиков, присоединенных к телеприемникам и автоматически фиксирующих номер канала и длительность его включения.

Медиаклуб (media club) – учреждение, включающее комплекс выставочных и медиазалов, студий, медиатеку и т.п. В рамках медиаклубов проходят коллективные обсуждения медиатекстов (нередко с участием их авторов). Медиаклуб, специализирующийся только на кинематографе называется киноклубом (film club). Близкие понятия: **медиацентр (media center)**, **киноцентр (cinema center)**, **киноклуб (film club)**.

Медиакомпетентность личности (media competence of personality) - совокупность ее мотивов, знаний, умений, способностей (показатели: мотивационный, контактный, информационный, перцептивный, интерпретационный/оценочный, практико-операционный/деятельностный, креативный), способствующих выбору, использованию, критическому анализу, оценке, созданию и передаче

медиатекстов в различных видах, формах и жанрах, анализу сложных процессов функционирования медиа в социуме (А.В.Федоров, 2007).

Медиакомпетентность педагога (*educator's media competence*) - совокупность его мотивов, знаний, умений, способностей (показатели: мотивационный, информационный, методический, практико-операционный/деятельностный, креативный), способствующих медиаобразовательной деятельности в аудитории различного возраста (А.В.Федоров, 2007).

Медиакритика (*media criticism*) – область журналистики, творческо-познавательная деятельность, в ходе которой осуществляется критическое познание и оценка социально значимых, актуальных творческих, профессионально-этических аспектов информационного производства в средствах массовой информации с акцентом на творческую сторону медийного содержания; это общение с аудиторией, в процессе которого на основе анализа, интерпретации и оценки медиатекстов, жанрово-стилевых форм их воплощения оказывается влияние на восприятие медийного содержания, на представления о материальном и духовном мире, формирующиеся в сознании аудитории (А.П.Короченский, 2003). Близкое понятие – **кинокритика (*film criticism*)**.

Медиакультура (*media culture*) – совокупность материальных и интеллектуальных ценностей в области медиа, а также исторически определенная система их воспроизводства и функционирования в социуме; по отношению к аудитории «медиакультура» может выступать системой уровней развития личности человека, способного воспринимать, анализировать, оценивать медиатекст, заниматься медиатворчеством, усваивать новые знания в области медиа. Близкие понятия: **информационная культура, (*information culture*)**, **видеокультура (*video culture*)**, **аудиовизуальная культура (*audiovisual culture*)**.

Медиалогия (*media studies, medialogie*) - наука, изучающая гуманитарные аспекты развития медиа, характер, формы, результаты их воздействия на социум. Близкие понятия: **коммуникативистика (*communication studies*)**, **коммуникология (*communication studies*)**, **теория коммуникации (*communication theory*)**.

Медиаобразование (*media education*) - направление в педагогике, выступающее за изучение «закономерностей массовой коммуникации (прессы, телевидения, радио, кино, видео и т.д.). Основные задачи медиаобразования: подготовить новое поколение к жизни в современных информационных условиях, к восприятию различной информации, научить человека понимать ее, осознавать последствия ее воздействия на психику, овладевать способами общения на основе

невербальных форм коммуникации с помощью технических средств» (Российская педагогическая энциклопедия, 1993).

Медиаобразование (*media education*) - 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. Обретенная в результате этого процесса медиаграмотность помогает человеку активно использовать возможности информационного поля телевидения, радио, видео, кинематографа, прессы, Интернета. Содержание медиаобразования: основы искусствоведения в медиасфере (виды и жанры медиа, функции медиа в социуме, язык медиа, история медиакультуры и т.д.), сведения об основных областях применения теоретических знаний (профессиональные средства массовой информации, любительская медиасфера, каналы распространения медиа, кино клубные движения в медиасфере, учреждения досуга, образовательные учреждения и т.д.), практические творческие задания на медиаматериале» (А.В.Федоров, 2001).

Медиаобразование (*media education*) – изучение медиа, которое отличается от обучения с помощью медиа. Медиаобразование связано одновременно с познанием того, как создаются и распространяются медиатексты, так и с развитием аналитических способностей для интерпретации и оценки их содержания (тогда как **изучение медиа (*media studies*)** обычно связывается с практической работой по созданию медиатекстов). Как **медиаобразование (*media education*)**, так и **изучение медиа (*media studies*)** направлены на достижение целей **медиаграмотности (*media literacy*)** (International Encyclopedia of the Social & Behavioral Sciences. Vol. 14, 2001).

Медиаобразование (*media education*) связано со всеми видами медиа (печатными и графическими, звуковыми, экранными и т.д.) и различными технологиями; оно 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: 1) анализировать, критически осмысливать и создавать медиатексты; 2) определять источники медиатекстов, их политические, социальные, коммерческие и/или культурные интересы, их контекст; 3) интерпретировать медиатексты и ценности, распространяемые медиа; 4) отбирать соответствующие медиа для создания и распространения своих собственных медиатекстов и обретения заинтересованной в них

аудитории; 5) получить возможность свободного доступа к медиа, как для восприятия, так и для продукции. Медиаобразование является частью основных прав каждого гражданина любой страны мира на свободу самовыражения и права на информацию и является инструментом поддержки демократии. ... Медиаобразование рекомендуется к внедрению в национальные учебные планы всех государств, в систему дополнительного, неформального и образования в течение всей жизни (UNESCO, 1999).

Медиаобразовательный центр (*media education center*) - см. Центр медиаобразования (*media education center, media studies center*).

Медиапедагогический центр (*media education center*) - см. Центр медиаобразования (*media education center, media studies center*).

Медиапедагогика (*media pedagogy*) - специальная отрасль педагогики, то есть наука о медиаобразовании и медиаграмотности. Раскрывает закономерности развития личности в процессе медиаобразования.

Медиапиратство (*media piracy*) – контрафактное/незаконное тиражирование, демонстрация, продажа медиатекстов. Близкое понятие: **видеопиратство (*video piracy*)**.

Медиапланирование (*media planning*) – умение с учетом требований экономности и эффективности расходуемых средств планировать размещение рекламы в тех или иных медиа.

Медиапсихология (*media psychology*) – специальная отрасль психологии, исследующая психологические закономерности процессов функционирования медиа в социуме и психологические аспекты содержания медиатекстов разных видов и жанров.

Медиатворчество (*media creation*) – процесс созидательной деятельности в медийной сфере и его предметные результаты; взаимосвязанные процессы проективной деятельности и производства медиатекстов (Н.Ф. Хилько, 2000).

Медиаотека (*media library, mediateque*) - учреждение или структурное подразделение учреждения, включающее совокупность фонда медиатекстов на любых носителях и разнообразных информационных, технических средств, мультимедиа; располагает комплексом оборудования для хранения и восприятия медиатекстов различных видов и на разных носителях, читальным залом, где созданы благоприятные условия для индивидуализации и развития исследовательских, поисковых и творческих способностей, повышения профессионального уровня пользователей (адаптация определения Е.Н.Ястребцевой, 1994). Аналогичные учреждения, структурные подразделения, коллекции, концентрирующиеся на отдельных медийных носителях, называются **библиотеками** (медийные носители -

книги, пресса), **видеотеками** (медийные носители - видеокассеты, диски), **фонотеками** (медийные носители - звуковые кассеты, диски), **фототеками** (медийные носители - фотографии, слайды).

Медиатекст (*media text, media construct*) – сообщение, изложенное в любом виде и жанре медиа (газетная статья, телепередача, видеоклип, фильм и пр.).

Медиатерроризм (*media terrorism*) – целенаправленное, планомерное, систематическое использование возможностей средств массовой информации (масс-медиа) для создания и тиражирования чувств страха (ужаса, беспокойства, тревоги) и распространения их в информационном пространстве в целях манипулирования общественным сознанием (В.В. Цыганов, 2004).

Медиацентр (*media center*) – учреждение, включающее комплекс выставочных и кино/видеозалов, студий, офисов медийных фирм, медиатеку и т.п. Медиацентр, специализирующийся только на кинематографе, называется **киноцентром** (*cinema center*).

Медиаэкология (*media ecology*) – раздел духовной экологии, в котором рассматриваются основные принципы медийного репертуара, культуры медиавосприятия; создание своеобразного иммунитета против низкокачественных медиатекстов, приобщение к медиакультуре, овладение духовно-нравственными и эстетическими критериями оценки медийных образов (Н.Ф. Хилько, 2000).

Методика медиаобразования (*methodology of media education*) – теория обучения основам медиакультуры (учетом, вариативности, импровизации, диалогической формы преподавания и учения и требований к составляющим образовательного процесса).

Методы медиаобразования (*methods of media education*) – способы работы педагога и ученика, при помощи которого достигаются цели медиаобразования. Типичные методы: словесные (рассказ, лекция, беседа, взаимообогащающий диалог, обсуждение, анализ, дискуссия и т.д.); наглядные (просмотр аудиовизуального материала), репродуктивные, исследовательские, эвристические, проблемные, игровые (моделирование художественно-творческой деятельности создателей медиатекста, импровизация и т.д.); Данные методы основаны на следующих дидактических принципах: социокультурное развитие творческой личности в процессе обучения, научность, систематичность и доступность обучения, связь теории с практикой, наглядность, активность аудитории, переход от обучения к самообразованию, связь обучения с окружающей действительностью, положительный эмоциональный фон, учет индивидуальных особенностей учащихся.

Модели коммуникации (*communication models*) – социологические, психологические, семиотические, культурологические, эстетические, образовательные, воспитательные, этические и др., основанные на сложном взаимодействии коммуникатора и реципиента (пользователя, аудитории).

Модели медиаобразования (*media education models*) - *образовательно-информационные* (изучение теории и истории, языка медиакультуры и т.д.), опирающиеся в основном на культурологическую, эстетическую, семиотическую, социокультурную теории медиаобразования (подробный анализ такого рода теорий см.: А.В. Федоров, 2001, A.Fedorov, 2003); *воспитательно-этические* (рассмотрение моральных, религиозных, философских проблем на материале медиа), опирающиеся в основном на этическую, религиозную, идеологическую, экологическую, протекционистскую и др. теории медиаобразования; *практико-утилитарные модели* (практическое изучение и применение медиатехники), опирающиеся в основном на теорию «потребления и удовлетворения» и практическую теорию медиаобразования; *эстетические модели* (ориентированные прежде всего на развитие художественного вкуса и анализ лучших произведений медиакультуры), опирающиеся в основном на эстетическую/художественную и культурологическую теории медиаобразования; *социокультурные модели* (социокультурное развитие творческой личности в плане восприятия, воображения, зрительной памяти, интерпретации, анализа, самостоятельного, критического мышления по отношению к медиатекстам любых видов и жанров и т.д.), опирающиеся в основном на социокультурную, культурологическую, семиотическую, этическую теории медиаобразования и теорию развития критического мышления.

Монтаж (*montage, cutting, cut*) – процесс создания медиатекста путем «сборки», «склеивания» единого целого из отдельно взятых фрагментов.

Мониторинг медийный (*media monitoring*) – система сбора информации, социологических данных о медиа и медийной аудитории (регулярные наблюдения, опросы, тестирования, прогнозы, оценки).

Мышление аудиовизуальное (*audiovisual thinking*) - творческая деятельность, основанная на эмоционально-смысловом соотнесении и образных обобщениях частей аудиовизуального текста.

Мышление визуальное (*visual thinking*) - творческая деятельность, основанная на эмоционально-смысловом соотнесении и образных обобщениях частей визуального текста.

Мышление критическое (*critical thinking*) по отношению к системе медиа и медиатекстам – аналитический процесс, основанный на развитии аудиовизуальном восприятии и мышлении. Данный процесс

приводит к интерпретации и оценке смысла (в том числе и зашифрованного) медиатекста.

Мышление критическое, творческое (*critical creative thinking*) по отношению к системе медиа и медиатекстам – сложный рефлексивный процесс мышления, который включает ассоциативное восприятие, синтез, анализ и оценку механизмов функционирования медиа в социуме и медиатекстов (информации/сообщений), в сочетании с аудиовизуальным воображением, виртуальным экспериментированием, логическим и интуитивным прогнозированием в медийной сфере. При этом развитие критического мышления – не итоговая цель медиаобразования, а его постоянный компонент (А.В. Федоров, 2007).

Мультимедиа (*multimedia*) – комплекс технических/компьютерных/программных средств, синтезирующий, часто в интерактивном режиме, текст, изображение и звук.

O

Обозначение медийное (*media denotation*) – процесс, когда те или иные значения задаются медиатекстом.

Образ медийный (*media image*) – материализация авторского замысла в конкретной аудиовизуальной, пространственно-временной форме медийного повествования.

Образ экранный, аудиовизуальный (*screen image, audiovisual image*) – материализация авторского замысла в конкретной аудиовизуальной, пространственно-временной форме экранного повествования.

Образование/обучение аудиовизуальное (*audiovisual education*) – процесс развития личности с помощью и на материале аудиовизуальных 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. Обретенная в результате этого процесса **аудиовизуальная грамотность (*audiovisual literacy*)** помогает человеку активно использовать возможности информационного поля телевидения, радио, видео, кинематографа, интернета. Содержание аудиовизуального образования: основы искусствоведения в аудиовизуальной сфере (виды и жанры аудиовизуальных медиа, функции аудиовизуальных медиа в социуме, язык аудиовизуальных медиа, история аудиовизуальной медиакультуры и т.д.), сведения об основных областях применения теоретических

знаний (профессиональные аудиовизуальные средства массовой информации, любительская аудиовизуальная медиасфера, каналы распространения аудиовизуальных медиа, учреждения досуга, образовательные учреждения и т.д.), практические творческие задания на аудиовизуальном медиаматериале (А.В. Федоров, 2007). Близкие термины: *медиаобразование, медийное образование, информационное образование, обучение.*

Образование/обучение дистанционное (*distance education*) – учебный процесс с применением компьютерных сетей, интернета, электронной почты, мультимедиа, позволяющий преподавателям и учащимся находится на значительном расстоянии друг от друга.

Образование/обучение информационное (*information education*) - процесс развития личности с помощью и на материале информации с целью формирования культуры общения с информацией, творческих, коммуникативных способностей, критического мышления, умений полноценного восприятия, интерпретации, анализа и оценки информации, обучения различным формам создания и передачи информации. Обретенная в результате этого процесса информационная грамотность помогает человеку активно использовать возможности информационного поля. Содержание информационного образования: основы информатики, информационных технологий, информационной культуры, сведения об основных областях применения теоретических знаний (профессиональные средства массовой информации, каналы распространения информации, образовательные учреждения и т.д.), практические творческие задания на информационном материале (А.В. Федоров, 2007).

Образование/обучение медийное (*media education*) - 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. Обретенная в результате этого процесса медиаграмотность помогает человеку активно использовать возможности информационного поля телевидения, радио, видео, кинематографа, прессы, Интернета. Содержание медиаобразования: основы искусствоведения в медиасфере (виды и жанры медиа, функции медиа в социуме, язык медиа, история медиакультуры и т.д.), сведения об основных областях применения теоретических знаний (профессиональные средства массовой информации, любительская медиасфера, каналы распространения медиа, кино клубные движения в медиасфере, учреждения досуга, образовательные учреждения и т.д.),

практические творческие задания на медиаматериале (А.В.Федоров, 2001).

Общество информационное (*information society*) – ступень в развитии современной цивилизации, характеризующаяся увеличением роли информации и знаний в жизни общества, возрастанием доли информационных продуктов и услуг в валовом внутреннем продукте (ВВП), возникновением глобального информационного пространства, обеспечивающего эффективное взаимодействие людей и доступ к мировым информационным ресурсам, удовлетворение различных общественных и личностных информационных интересов (О.Н. Вершинская, 2007).

П

Память виртуальная (*virtual memory*) – комплекс программ и запоминающих устройств в компьютере.

Педагогика медийная (*media pedagogy*) - специальная отрасль педагогики, то есть наука о медиаобразовании и медиаграмотности. Раскрывает закономерности развития личности в процессе медиаобразования.

Перцепция аудиовизуальная (*audiovisual perception*) – см. **восприятие аудиовизуальное.**

Перцепция визуальная (*visual perception*) – см. **восприятие визуальное.**

Перцепция медийная (*media perception*) – см. **восприятие медийное.**

План (*frame*) – масштаб изображения (общий, средний, крупный, деталь); «установочный план» – «крупный план» – close-up.

Показатели развития информационной грамотности/информационной компетентности аудитории (*audience information literacy/competence levels*): 1) **мотивационный** (мотивы контакта с информацией: жанровые, тематические, эмоциональные, гносеологические, гедонистические, психологические, моральные, интеллектуальные, эстетические, терапевтические и др.); 2) **контактный** (частота общения/контакта с информацией); 3) **когнитивный** (знания терминологии, теории информации и особенностей процессов (массовой) коммуникации); 4) **перцептивный** (способности к восприятию информации); 5) **интерпретационный/оценочный** (умения интерпретировать, анализировать информацию на основе определенного уровня восприятия, критическая автономия); 6) **практико-операционный**

(умения создавать/ распространять информацию); 7) **креативный** (наличие творческого начала в различных аспектах деятельности – перцептивной, игровой, художественной, исследовательской и др., связанной с информацией) (А.В. Федоров, 2007).

Показатели развития медиаграмотности /медиакомпетентности аудитории (audience media literacy/competence levels): 1) **мотивационный** (мотивы контакта с медиатекстами: жанровые, тематические, эмоциональные, гносеологические, гедонистические, психологические, моральные, интеллектуальные, эстетические, терапевтические и др.); 2) **контактный** (частота общения/контакта с произведениями медиакультуры – медиатекстами); 3) **информационный** (знания терминологии, теории и истории медиакультуры, процесса массовой коммуникации); 4) **перцептивный** (способности к восприятию медиатекстов); 5) **интерпретационный/оценочный** (умения интерпретировать, анализировать медиатексты на основе определенного уровня медиавосприятия, критическая автономия); 6) **практико-операционный** (умения создавать/ распространять собственные медиатексты); 7) **креативный** (наличие творческого начала в различных аспектах деятельности – перцептивной, игровой, художественной, исследовательской и др., связанной с медиа) (А.В. Федоров, 2007).

Показатели развития профессиональных знаний и умений, необходимых педагогам для медиаобразовательной деятельности (levels of development of the professional knowledge and skills necessary for teachers' media education activity): 1) **мотивационный** (мотивы медиаобразовательной деятельности: эмоциональные, гносеологические, гедонистические, нравственные, эстетические и др.; стремление к совершенствованию своих знаний и умений в области медиаобразования); 2) **информационный** (уровень информированности, теоретико-педагогических знаний в области медиаобразования); 3) **методический** (методические умения в области медиаобразования, уровень педагогического артистизма); 4) **деятельностный** (качество медиаобразовательной деятельности в процессе учебных занятий разных типов); 5) **креативный** (уровень творческого начала в медиаобразовательной деятельности) (А.В. Федоров, 2007).

Понятия медиаобразования ключевые/основные (key concepts of media education) – источник медийной информации, медийное агентство (media agency), категория медиа (media category), технология медиа (media technology), медиаязык (media language), аудитория медиа

(media audience), медийная репрезентация/переосмысление (media representation) и др.

Портфолио (portfolio) - систематизированный набор медиатекстов, объединенных по тематическому, хронологическому или иному принципу. Эффективно применяется в процессе информационного и медиаобразования.

Предмет медиаобразования (subject of media education) – взаимодействие человека с медиа, медиаязык и его использование в социуме, медиа и его функционирование в социуме, система знаний и умений, необходимых человеку для полноценного восприятия и анализа медиатекстов, для социокультурного развития творческой личности.

Предубеждения информационные (information bias) – предпочтения какой-либо точки зрения, предрассудки относительно какой-либо информации, ее влияния на аудиторию, их роли в обществе и т.д.

Предубеждения медийные (media bias) – предпочтения какой-либо точки зрения, предрассудки относительно медиатекстов, их влияния на аудиторию, их роли в обществе и т.д.

Пропаганда информационная (information propaganda) – система приемов и способов информационных воздействий на аудиторию с целью активного, наступательного навязывания каких-либо идей, мнений, суждений.

Пропаганда медийная (media propaganda) – система приемов и способов медийных воздействий на аудиторию с целью активного, наступательного навязывания каких-либо идей, мнений, суждений.

Принципы медиаобразования (media education principles) (Masterman, 1998):

- медиаобразование – это серьезная и важная область, связанная с большинством социальных структур демократического общества;
- центральная концепция медиаобразования - переосмысление/репрезентация. Медиа не отражают реальность, а переосмысливают/представляют ее, используя систему знаков и символов. Без этого принципа медиаобразование невозможно;
- медиаобразование это процесс, продолжающийся всю жизнь человека. Но учащиеся для медиаобразования - приоритетная аудитория;
- цели медиаобразования заключаются не только в воспитании критического мышления, но и в развитии критической автономии;
- медиаобразование – исследовательский процесс;
- медиаобразование – актуально и своевременно, оно воплощает выражение «здесь и теперь» в широком идеологическом и

историческом контексте;

- ключевые понятия медиаобразования в большей степени аналитические инструменты, чем альтернативное содержание;
- содержание в медиаобразовании означает развитие вариативных аналитических инструментов;
- эффективность медиаобразования может быть оценена двумя критериями: способностью учащихся применить свое критическое мышление в новых ситуациях и количеством обязательств и мотиваций, выраженных ими по отношению к медиа;
- в идеале оценка медиаобразования учащихся – это их самооценка;
- медиаобразование пытается изменить отношения между учителем и учащимися, давая им возможность для размышления и диалога;
- медиаобразование – это, скорее, диалог, чем дискуссия;
- медиаобразование в основном активно и призвано развить более открытых и демократичных педагогов; медиаобразование – это множество новых путей деятельности и применение их в новых областях;
- медиаобразование направлено на совместное, преимущественно групповое, обучение;
- медиаобразование состоит из «практической критики» и «критической практики»;
- медиаобразование вбирает в себя отношения между родителями, профессионалами в области медиа и педагогами;
- медиаобразование связано с принципом продолжающихся изменений;
- медиаобразование – особая область. Существующие знания не просто передаются учителями или «открываются» учениками. Это предмет критического исследования и диалога, в ходе которых новые знания активно приобретаются педагогами и учащимися.

Пространство информационно-образовательное (information and education space) – реальность, организованная и управляемая единой выработанной концепцией, подходами и механизмами реализации общей стратегии формирования, развития и достижения целей повышения культурного, образовательного и профессионального уровней субъектов, объединенных на единой информационно-технологической основе для поддержания обучения и воспитания субъектов выделенного пространства. Близкие понятия: ***медийное пространство, медиаобразовательное пространство.***

Пространство медиаобразовательное (*media education space*) – реальность, организованная и управляемая единой выработанной концепцией, подходами и механизмами реализации общей стратегии формирования, развития и достижения целей повышения культурного, медиаобразовательного и профессионального уровней субъектов, объединенных на единой информационно-технологической основе для поддержания обучения и воспитания субъектов выделенного пространства. Близкие понятия: **медийное пространство, информационно-образовательное пространство.**

Психология медийная (*media psychology*) – специальная отрасль психологии, исследующая психологические закономерности процессов функционирования медиа в социуме и психологические аспекты содержания медиатекстов разных видов и жанров.

Р

Ракурс (*angle*) – угол съемки, угол «зрения» камеры по отношению к изображаемому объекту.

Раскадровка (*storyboard*) – покадровое планирование медиатекста на предварительной стадии его создания.

Реальность виртуальная (*virtual reality*) – репрезентация/переосмысление реального мира с помощью компьютера и мультимедийных средств.

Репрезентация медийная (*media representation*) – переосмысление, трактовка реальности в медиатексте.

Ресурс информационно-образовательный (ИОР) (*information education resource*) - наиболее широкое понятие, охватывающее различные виды информационных ресурсов (в отличие от ресурсов материальных), используемых в образовании. Примерами информационных ресурсов являются: учебник, видеофильм, редактор текста, еженедельная телевизионная передача и т.д.

Ресурс цифровой образовательный (ЦОР) (*digital educational resource*) - информационный образовательный ресурс, хранимый и передаваемый в цифровой форме, наиболее общее понятие, относящееся к цифровому информационному объекту, предназначенному для использования в образовании. Таким объектом может быть цифровой видеофильм, редактор звуковых файлов, цифровое описание книги и т.д.

Ресурс электронно-образовательный (ЭОР) (*electronic educational resource*) - информационный образовательный ресурс, хранимый и передаваемый в электронной форме, наиболее общее

понятие, относящееся к электронному информационному объекту, предназначенному для использования в образовании.

Ритм (rhythm) – одно из средств формообразования в медиатексте, основанное на закономерной повторяемости в пространстве или во времени неких элементов через соизмеримые интервалы.

С

Символ (symbol) - условный знак, обозначающий иной смысл, образ предмета, который имеет несколько значений.

Сообщение медийное (media message) – информация, переданная по медийным каналам.

Среда информационная (information environment) – совокупность технических и программных средств хранения, обработки и передачи информации, обеспечивающих определенный режим работы и условия выполнения ее задач; реальность, в которую погружаются люди, находящиеся в контакте с медиа.

Среда информационно-образовательная (ИОС) (information educational environment) – многоаспектная целостная, социально-психологическая реальность, предоставляющая совокупность необходимых психолого-педагогических условий, современных технологий обучения и программно-методических средств обучения, построенных на основе современных информационных технологий, обеспечивающих сопровождение познавательной деятельности и доступа к информационным ресурсам.

Среда медиаобразовательная (media educational environment) – многоаспектная целостная, социально-психологическая медийная реальность, предоставляющая совокупность необходимых психолого-педагогических условий, современных технологий обучения и программно-методических средств обучения, построенных на основе современных информационных и медийных технологий, обеспечивающих сопровождение познавательной деятельности и доступа к информационным и медийным ресурсам.

Среда медийная (media environment) – совокупность технических и программных средств хранения, обработки и передачи медиатекстов, обеспечивающих определенный режим работы и условия выполнения ее задач; реальность, в которую погружаются люди, находящиеся в контакте с медиа.

Средства массовой информации (mass media) – технические средства создания, записи, копирования, тиражирования, хранения и распространения информации для массовой аудитории. В отличие от

средств массовой коммуникации (mass communication, media) здесь не акцентируется внимание на обратной связи с аудиторией, обменом информацией между субъектом (коммуникантом) и объектом (коммуникатором). См. также *медиа (media)*.

Средства массовой коммуникации (mass communication, media) - технические средства создания, записи, копирования, тиражирования, хранения, распространения, восприятия информации и обмена ее между субъектом (коммуникантом) и объектом (коммуникатором). См. также *медиа (media)*.

Средства обучения аудиовизуальные (audiovisual educational media) – технические средства и медиатексты, предназначенные для зрительного и слухового воздействия и восприятия в образовательном процессе.

Средства обучения визуальные (visual educational media) – технические средства и визуальные тексты, предназначенные для зрительного воздействия и восприятия в образовательном процессе.

Средства обучения звуковые (audio educational media) – технические средства и медиатексты, предназначенные для слухового воздействия и восприятия в образовательном процессе.

Стереотипы медийные (от греческих слов stereos - твердый и typos – отпечаток) (*media stereotypes*) - схематичные, усредненные, привычные, стабильные представления о жанрах, социальных процессах/событиях, идеях, людях, доминирующих в медиатекстах, рассчитанных на массовую аудиторию.

Сцена (scene) – часть медиатекста, ограниченная местом действия.

Сценарий (script, scenario) – литературная основа медиатекста.

Сюжет (subject; topic) – содержание действия, «осмысленная фабула» медиатекста.

Т

Творчество аудиовизуальное (audiovisual creation) – процесс созидательной деятельности в аудиовизуальной сфере, основанный на использовании образов звукозрительного ряда, и его предметные результаты (Н.Ф.Хилько, 2000).

Творчество аудиальное (audio creation) – процесс созидательной деятельности в аудиосфере, основанный на использовании образов звукового ряда, и его предметные результаты (Н.Ф.Хилько, 2000).

Творчество визуальное (visual creation) – процесс созидательной деятельности в визуальной сфере, основанный на использовании

образов зрительного ряда, и его предметные результаты (Н.Ф.Хилько, 2000).

Творчество медийное (media creation) – процесс созидательной деятельности в медиасфере, основанный на использовании образов медийного ряда, и его предметные результаты (Н.Ф.Хилько, 2000).

Текст аудиовизуальный (audiovisual text) – сообщение (телепередача, видеоклип, фильм и пр.), изложенное в любом виде и жанре, и предназначенное для одновременного зрительного и слухового восприятия аудиторией.

Текст аудиальный (audio text) – сообщение, изложенное в любом виде и жанре, и предназначенное для слухового восприятия аудиторией.

Текст визуальный (visual text) – сообщение (фотография, немой фильм, плакат и др.), изложенное в любом виде и жанре, и предназначенное только для зрительного восприятия аудиторией.

Текст медийный (media text) – сообщение (телепередача, видеоклип, фильм и пр.), изложенное в любом виде и жанре медиа, и предназначенное для одновременного зрительного и слухового восприятия аудиторией.

Тема (theme) – жизненный материал медиатекста.

Теория медиаобразования идеологическая (ideological approach) (А. Gramsci, 1971 и др.). Теоретической базой тут является идеологическая теория медиа. Предполагается, что медиа способны целенаправленно манипулировать общественным мнением, в том числе в интересах того или иного социального класса, расы или нации. Несовершеннолетняя аудитория становится самой легкой мишенью для воздействия с помощью медиа. Отсюда следует приоритетная цель медиаобразования: вызвать у аудитории желание изменить систему массовой коммуникации (если у власти в стране находятся силы, далекие от идеологических взглядов их оппонентов), или, наоборот, внушить, что сложившаяся система медиа – самая лучшая (если власть в государстве принадлежит лидерам, исповедующим «нужную» идеологию); в этом случае усиленно критикуется медиаккультура других стран. Педагогическая стратегия сводится здесь к изучению политических, социальных, национальных и экономических аспектов медиа, к анализу многочисленных противоречий, которые содержат эти аспекты с точки зрения того или иного класса, расы, религии или нации (Piette & Giroux, 1997).

Теория медиаобразования как источника «удовлетворения потребностей» аудитории (uses and gratifications approach) (Gripsrud, 1999 и др.). Теоретической основой здесь служит теория «потребления и удовлетворения» в области медиа. Имеется в виду, что влияние медиа

на аудиторию ограничено, учащиеся могут сами правильно выбрать и оценить медиатекст в соответствии со своими потребностями. Следовательно, приоритетная цель медиаобразования видится в том, чтобы помочь аудитории извлекать из медиа максимум пользы в соответствии со своими желаниями и склонностями. Данная концепция медиаобразования полностью противоположна «инъекционной/предохранительной». Если первая сконцентрирована на отрицательном влиянии медиа, то вторая – на его положительном, полезном эффекте. В тоже время, теория медиаобразования как источника удовлетворения потребностей в чем-то близка к теории медиаобразования как развития «критического мышления», потому что и здесь и там речь идет о развитии у аудитории умения правильно выбрать и критически оценить медиатекст. Однако тут есть и существенные отличия: согласно теории «потребления и удовлетворения», медиапедагоги опираются на «положительные» стороны медиаинформации, а по концепции развития «критического мышления» – в большей мере - на «отрицательные», то есть пытаются научить аудиторию выявлять манипулятивные медийные воздействия.

Теория медиаобразования как развития «критического мышления» (critical thinking approach, critical autonomy approach, critical democratic approach, le jugement critique, l'esprit critique, representational paradigm) (J. Gonnet, 2001; L. Masterman, 1985; 1994; 1997 и др.). Термин «критическое мышление» определяется Американской философской ассоциацией (АРА) следующим образом: «целеустремленное, саморегулирующееся суждение, которое завершается интерпретацией, анализом, оценкой и интерактивностью, также как объяснением очевидных, концептуальных, методологических, или контекстных соображений, на которых основано это суждение. ... Идеальное критическое мышление человека обычно связано с любознательностью, хорошей осведомленностью, причиной доверия, непредубежденностью, гибкостью, справедливостью в оценке, честностью в столкновении с личными предубеждениями, благоразумием в суждениях, желанием пересматривать, прояснять проблемы и сложные вопросы, тщательностью в поиске нужной информации, разумностью в выборе критериев, постоянностью в поиске результатов, которые являются столь же точными, как использованные первоисточники. Эта комбинация, связывающая развитие умения критического мышления с пониманием основ рационального и демократического общества». Теоретической основой данной теории, скорее всего, можно считать теорию медиа в качестве «повестки дня», где медиа представляется «четвертой властью», которая распространяет модели поведения и социальные ценности среди разнородной массы

индивидуумов. Отсюда вытекает ведущая цель медиаобразования: научить аудиторию анализировать и выявлять манипулятивные воздействия медиа, ориентироваться в информационном потоке современного общества (Masterman, 1997). В процессе занятий с учащимися здесь изучается влияние медиа на индивидов и общество с помощью так называемых «кодов» (условностей-символов, например, в телерекламе), развивается критическое мышление школьников и студентов по отношению к медиатекстам.

Теория медиаобразования культурологическая (cultural studies approach) (С. Bazalgette, 1992; А. Hart, 1998 и др.). В качестве теоретической основы здесь используется культурологическая теория медиа. Утверждается, что медиа, скорее, предлагают, чем навязывают интерпретацию медиатекстов. Аудитория всегда находится в процессе диалога с медиатекстами и их оценивания (Piette & Giroux, 1997). Аудитория не просто «считывает» информацию, а вкладывает различные смыслы в воспринимаемые медиатексты, самостоятельно их анализирует. Отсюда вытекает главная цель медиаобразования: помочь учащимся понять, как медиа могут обогатить восприятие, знания и т.д. аудитории.

Теория медиадеятельности / медиаактивности (media activity approach) исходит из признания того факта, что медиаобразование строится «на последовательном разворачивании педагогами благоприятных условий для освоения аудиторией следующих форм деятельности:

- адекватное восприятие медиатекстов, как продуктов человеческой деятельности, понимание механизмов их возникновения и тиражирования, их критическая оценка и квалифицированное суждение о них;

- включенное наблюдение за характером функционирования в обществе средств массовой информации и коммуникации (как системы, так и ее отдельных предприятий), ориентация в них в целях их осознанного выбора и потребления;

- участие в диалоге с массмедиа на основе современных технических средств;

- освоение процесса создания медиатекстов на основе участия в медиаобразовательных проектах разной степени масштабности» [И.А. Фатеева, 2007, с.34].

Теория медиаобразования практико-ориентированная (practical approach, technology approach, hands-on making approach) (Прессман, 1988 и др.). Известна также под названием «медиаобразование как «таблица умножения» (то есть имеется в виду, что практическими умениями работы с медийной аппаратурой учащимся надо владеть

также хорошо, как таблицей умножения). Теоретической базой здесь служит адаптированная теория «потребления и удовлетворения» в области медиа (например, дети интересуются медиатехникой, значит, надо удовлетворить их потребности – научить их фотографировать, снимать фильмы на кино/видео пленку, создавать интернетные сайты, монтировать, озвучивать их и т.д.). «Практические» медиапедагоги считают, что проблема влияния медиа на аудиторию не является ключевой, главное - обучить школьников, студентов (или учителей) использовать медиааппаратуру. Отсюда повышенное внимание к изучению технического устройства медиатехники и формированию практических умений использования данной аппаратуры, в том числе и для создания собственных медиатекстов.

Теория медиаобразования протекционистская («инъекционная», «защитная», «прививочная») (*protectionist approach, inoculatory approach, inoculative approach, hypodermic needle approach, civil defense approach, l'approche vaccinatoire*) (Leavis & Thompson, 1933). Ее основа - «инъекционная» теория медиа. Данную теорию часто называют также «протекционистской» (предохранительной от вредных воздействий медиа), «теорией гражданской защиты» (то есть опять-таки защиты от медиа) или теорией «культурных ценностей» (имеется в виду, что негативному воздействию медиа противопоставляются «вечные ценности классического культурного наследия» (к примеру, искусство античности или ренессанса). Предполагается, что медиа оказывает очень сильное прямое, в основном негативное воздействие на аудиторию. К примеру, школьники «внедряют» в жизнь приемы насилия, увиденные на экране. Аудитория состоит из массы пассивных потребителей, которые, как правило, не могут понять сути медиатекста.

Теория медиаобразования семиотическая (*semiotic approach, le decodage des medias*). Эта теория опирается на труды теоретиков медиа семиотического (структуралистского) направления, как Р.Барт (R.Barthes, 1964; У.Есо, 1976 и др.). Медиапедагоги-«семиотики» утверждают, что медиа часто стремятся завуалировать многозначный знаковый характер своих текстов, а это угрожает свободе потребления информации. Аудитория, в первую очередь, детская, слишком пассивна по отношению к «чтению» медиатекстов, поэтому цель медиаобразования в том, чтобы помочь учащимся «правильно читать» медиатекст. Основным содержанием медиаобразования становятся коды и «грамматика» медиатекста, то есть язык медиа, а педагогической стратегией - обучение правилам декодирования медиатекста, описания его содержания, ассоциаций, особенностей языка и т.д. (denotation/connotation).

Теория медиаобразования социокультурная (*social and cultural approach*) – теория, теоретическая база которой основана на двух компонентах - культурологическом (необходимость образования как результат развития медиакультуры) и социологическом (как результат осознания в педагогике значимости социальной роли медиа). Основные положения социокультурной теории медиаобразования можно представить следующим образом: 1) развитие медиа закономерно приводит к необходимости возникновения специального профессионального образования в каждой новой сфере, связанной с появлением новых СМК; 2) учитывая массовость медиааудитории, у профессионалов, в первую очередь, преподавателей специальных медиадисциплин, возникает потребность обучать более широкие слои населения языку медиа; 3) эта тенденция усиливается в связи с тем, что общество осознает всё более сильное влияние медиа на свою жизнь, что порождает осмысление социальной роли медиа и, как следствие, убеждает медиапедагогов в дальнейшем развитии медиаобразовательного процесса (А.В. Шариков).

Теория медиаобразования теологическая/религиозная (*theological approach*) (J. Pungente, 1999; В. Духанин, 2005 и др.). Теоретической базой здесь является близкая к этической теологическая теория медиа. Предполагается, что медиа способны формировать определенные духовные, этические/моральные, ценностные принципы аудитории (особенно это касается несовершеннолетних). Из этого вытекает главная цель теологического медиаобразования: приобщить аудиторию к той или иной модели поведения, к ценностным ориентациям, отвечающим тем или иным религиозным догматам. Педагогическая стратегия базируется на изучении теологических, мировоззренческих и этических аспектов медиа и медиатекстов. Понятно, что ценностные ориентации в этом случае зависят от конкретного религиозного контекста, с существенными отличиями для христианской, мусульманской, буддистской или иной веры (А.В.Федоров, 2007).

Теория медиаобразования экологическая (*ecologic approach, therapy approach*) (Н.Ф. Хилько, 2001 и др.). Эта теория опирается на труды известных ученых экологов и философов (В.И. Вернадского, Л.Н. Гумилева и др.). Медиапедагоги-«экологи» убеждены, что необходимо развитие экологии медийного восприятия как составной части медиаграмотности человека, предполагающей терапевтическую умеренность в просмотрах, контроль и ограничения, критический анализ медиатекстов, «использование экологической стратегии противодействия насилию и изображению патологий с экрана, виртуальному взаимодействию через компьютер, и, самое главное,

сохранению духовно-эстетической ориентации в рамках собственной зрительской концепции» (Хилько, 2001). Основное содержание «экологического медиаобразования» представляет собой синтез положений, взятых из «протекционистской», «эстетической» и «этической» теорий медиаобразования и теории развития критического мышления. Педагогическая стратегия данного подхода основана на обучении «экологическим принципам» контактов с «виртуальной реальностью», когда экологические проблемы восприятия медийной информации рассматриваются с точки зрения ее нравственно-эстетического содержания, что расширяет «понимание сферы экологической деятельности как духовно-личностных ресурсов» (Хилько, 2004).

Теория медиаобразования эстетическая (художественная) (*aesthetical approach, media as popular arts approach, discriminatory approach*) (Баранов, 2002; Пензин, 1987; Усов, 1989 и др.). Теоретическая база здесь во многом совпадает с культурологической теорией медиаобразования. Однако главная цель медиаобразования видится в том, чтобы помочь аудитории понять основные законы и язык спектра медиатекстов, имеющих прямое отношение к искусству, развить эстетическое/художественное восприятие и вкус, способности к квалифицированному художественному анализу. Вот почему основное содержание медиаобразования опирается на изучение языка медиакультуры, авторского мира создателя художественного медиатекста, историю медиакультуры (историю киноискусства, художественного телевидения и т.д.). Педагоги стремятся здесь научить школьников и студентов критическому анализу художественных медиатекстов, их интерпретации и квалифицированной оценке.

Теория медиаобразования этическая (*ethic approach, moral approach*) (С.Н. Пензин, 1987 и др.). Теоретическая база здесь - этическая теория медиа. Предполагается, что медиа способны формировать определенные этические/моральные принципы аудитории (особенно это касается несовершеннолетних). Из этого вытекает главная цель этического медиаобразования: приобщить аудиторию к той или иной этической модели поведения (отвечающей, к примеру, конкретной религии, уровню развития цивилизации, демократии и т.д.). Педагогическая стратегия базируется на изучении этических аспектов медиа и медиатекстов.

Терроризм информационный (*information terrorism*) – целенаправленное, планомерное, систематическое использование возможностей средств массовой информации для создания и тиражирования чувств страха (ужаса, беспокойства, тревоги) и

распространения их в информационном пространстве в целях манипулирования общественным сознанием (В.В.Цыганов, 2004).

Терроризм медийный (*media terrorism*) – целенаправленное, планомерное, систематическое использование возможностей средств массовой информации (масс-медиа) для создания и тиражирования чувств страха (ужаса, беспокойства, тревоги) и распространения их в информационном пространстве в целях манипулирования общественным сознанием (В.В. Цыганов, 2004).

Технологии аудиовизуальные (*visual technologies*) – совокупность методов, аудиовизуальных средств, обеспечивающих осуществление сбора, хранения, переработки и передачи аудиовизуальной информации.

Технологии информационно-коммуникационные – ИКТ (*information & communication technologies - ICT*) – совокупность методов и средств сбора, обработки, хранения и распространения звуковой, графической, текстовой и цифровой информации в интересах пользователей; совокупность сопутствующих коммуникационных средств (О.Н. Вершинская, 2007).

Технологии информационные (*information technologies*) – совокупность математических и кибернетических методов, технических средств, обеспечивающих осуществление сбора, хранения, переработки и передачи информации.

Технологии коммуникационные (*communication technologies*) – технологии, предназначенные для обеспечения оперативной связи и доступа к информационным ресурсам в любой отрасли знаний без ограничения по объему и скорости.

Технологии медиаобразования (*media education technologies*) – совокупность методов, приемов, способов создания педагогических условий для эффективного медиаобразования различных возрастных групп населения.

Технологии медийные (*media technologies*) – способы создания медиатекстов с помощью комплекса медиатехники.

Технологии мультимедийные (*multimedia technologies*) – способы подготовки электронных документов, включающих визуальные и аудиоэффекты, мультипрограммирование различных ситуаций под единым управлением интерактивного программного обеспечения. Под средствами мультимедиа понимают комплекс аппаратных и программных средств, позволяющих пользователю общаться с компьютером, используя самые разные среды: графику, гипертекст, звук, анимацию, видео.

Технологии обучения аудиовизуальные (*audiovisual educational technologies*) – способы построения деятельности с применением аудиовизуальных средств для достижения педагогических целей.

Технологии обучения информационные (information educational technologies) – совокупность современной компьютерной и медийной техники, средств телекоммуникационной связи, инструментальных программных средств, обеспечивающих интерактивное программно-методическое сопровождение современных технологий обучения. Основными задачами современных информационных технологий являются разработка интерактивных сред управления процессом познавательной деятельности и доступа к современным информационно-образовательным ресурсам (мультимедиа учебникам и учебникам, построенным на основе гипертекста, различным базам данных, обучающим сайтам и другим источникам).

Технологии обучения компьютерные (computer educational technologies) – совокупность методов, приемов, способов создания педагогических условий работы на основе компьютерной техники, средств телекоммуникационной связи и интерактивного программного продукта, моделирующих часть функций педагога по представлению, передаче и сбору информации, организации контроля и управления познавательной деятельностью. Применение компьютерных технологий позволяет видоизменить весь процесс обучения, реализовать модель личностно-ориентированного обучения. Современные средства обучения (компьютеры, телекоммуникационные средства связи, необходимое интерактивное программное и методическое обеспечение) предоставляют возможность интенсификации занятий разных форм обучения, но имеют наибольшее значение для организации самоподготовки обучающихся в роли методического и организационного обеспечения самостоятельной работы. Компьютер и интерактивное программно-методическое обеспечение требуют изменения формы общения преподавателя и обучающегося, превращая обучение в деловое сотрудничество, что существенно усиливает мотивацию обучения, приводит к необходимости поиска новых моделей занятий, проведения итогового контроля (доклады, отчеты, публичные защиты групповых проектных работ), повышает индивидуальность и интенсивность обучения. Компьютерные технологии обучения предоставляют большие возможности в развитии творчества педагогов и обучающихся.

Технологии обучения медийные (media educational technologies) – способы построения деятельности с применением медиа для достижения педагогических целей.

У

Условность медиатекста (*media text convention*) – элементы кода, общепринятый способ извещения о специфическом значении той или иной части медиатекста.

Ф

Фабула (*plot, story*) – цепь событий в сюжете медиатекста.

Фандрайзинг медийный (*media fundraising*) – формирование бюджета медийного проекта из различных источников (государственных, спонсорских, грантовых, личных и пр.).

Фокус-группа медийная (*media focus group*) – выбранная по определенным признакам аудитория для изучения реакции на ту или иную информацию, медиатекст. Методы сбора данных о реакциях, мнениях фокус-группы зависят от конкретных целей исследования.

Фильмотека (*film library*) – частная или публичная коллекция, фильмофонд (в том числе и в электронном виде, в интернете). Близкие понятия: *библиотека, медиатека, фонотека, фототека, видеотека.*

Фонотека (*sound library*) – частная или публичная коллекция, фонд звуковых текстов (в том числе и в электронном виде, в интернете). Близкие понятия: *библиотека, медиатека, фонотека, фототека, видеотека.*

Формы медиаобразования (*forms of media education*) - интеграция в традиционный учебный предмет, автономные уроки, лекции, семинары, факультативы, кружки, медиа/киностудии, медиа/киноклубы, обязательный предмет в специализированных учебных заведениях, спецкурсы и др.

Фототека (*photo library*) – частная или публичная коллекция, фонд фотографий, слайдов (в том числе и в электронном виде, в интернете). Близкие понятия: *библиотека, медиатека, фототека, видеотека.*

Функции информации (*information functions*) – познавательная, социальная, психологическая, регулятивная, воздействующая, культурологическая, прогностическая, манипулятивная, развлекательная и др.

Функции коммуникации (*communication functions*) – информационная, познавательная, социальная, психологическая,

регулятивная, воздействующая, культурологическая, прогностическая, манипулятивная, развлекательная и др.

Функции медийные (*media functions*) – информационная, познавательная, социальная, психологическая, регулятивная, воздействующая, культурологическая, прогностическая, манипулятивная, развлекательная и др.

Функции медиакритики (*media criticism functions*) – информационно-коммуникативная, просветительская, познавательная, регулятивная, коррекционная, социально-организаторская, коммерческая, культурологическая, манипулятивная и др.

Функции медиаобразования (*media education functions*) – информационно-коммуникативная, просветительская, познавательная, коррекционная, социальная, психологическая, культурологическая, эстетическая, этическая, практико-ориентированная и др.

Фраза монтажная (*cutting phrase*) – последовательность кадров, объединенных общим смыслом.

Ц

Центр медиаграмотности (*media literacy center*) - см. Центр медиаобразования (*media education center, media studies center*).

Центр медиакультуры (*media culture center*) - научно-образовательный центр, основными задачами которого являются:

- изучение и анализ практики развития медиакультуры (в широком и узком ее смыслах) в обществе;
- разработка теоретических и методологических основ развития медиакультуры (концепции, методы/технологии подходов/механизмов решения поставленных в конкретных проектах проблем);
- развитие финансовой основы исследований и разработок в области медиакультуры за счет использования фандрайзинга, внебюджетных средств и инновационной деятельности;
- создание научной основы мониторинга уровней медиакомпетентности/медиакультуры/медиаграмотности аудитории различного возраста;
- создание научно-методологической базы для развития медиаобразования, медиакомпетентности/медиакультуры/медиаграмотности населения;
- взаимосвязь и единство учебного и научного процессов, то есть обеспечение подготовки в вузе квалифицированных специалистов и научно-педагогических кадров высшей квалификации (кандидатов наук) в области медиакультуры;

- проведение научных конференций и семинаров по тематике медиакультуры, рекламной и пропагандистской деятельности в данной области;
- развитие новых, прогрессивных форм инновационной деятельности, научного сотрудничества с научными, образовательными организациями, связанными с тематикой медиакультуры и медиакомпетентности (в том числе - экспертиза научных и тем и инновационных проектов, докторских и кандидатских диссертаций), фондами и другими структурами с целью совместного решения важнейших научных и образовательных задач в области медиакультуры;
- расширение международного научно-образовательного сотрудничества с учебными заведениями и организациями зарубежных стран с целью расширения участия в мировой системе образования и исследований в области медиакультуры, медиакомпетентности.

Центр медиаобразования (*media education center, media studies center*) - научно-образовательный центр, основными задачами которого являются:

- изучение и анализ медиаобразовательного опыта;
- разработка теоретических и методологических основ развития медиаобразования (концепции, методы/технологии подходов/механизмов решения поставленных в конкретных проектах проблем);
- развитие финансовой основы медиаобразовательных исследований и разработок за счет использования фандрайзинга, внебюджетных средств и инновационной деятельности;
- создание научной основы мониторинга уровней медиакомпетентности аудитории различного возраста;
- создание научно-методологической базы для развития медиаобразования и медиакомпетентности подрастающего поколения, прежде всего – студентов, будущих учителей;
- взаимосвязь и единство учебного и научного процессов, то есть обеспечение подготовки в вузе квалифицированных специалистов и научно-педагогических кадров высшей квалификации (кандидатов наук) на основе новейших медиаобразовательных технологий;
- проведение научных конференций и семинаров медиапедагогической тематики, рекламной и пропагандистской деятельности;
- развитие новых, прогрессивных форм инновационной деятельности, научного сотрудничества с научными,

образовательными организациями, связанными с тематикой медиаобразования и медиакомпетентности (в том числе - экспертиза научных и медиаобразовательных тем и инновационных проектов, докторских и кандидатских диссертаций), фондами и другими структурами с целью совместного решения важнейших научных и образовательных задач в области медиапедагогике;

- расширение международного научно-образовательного сотрудничества с учебными заведениями и организациями зарубежных стран с целью расширения участия в мировой системе медиаобразования и исследований в области медиапедагогике, медиакультуры, медиакомпетентности.

Центр медиапедагогике (*media education center, media studies center*) - см. Центр медиаобразования (*media education center, media studies center*).

Ч

Чат (*chat*) – сетевая форма общения on-line.

Э

Экология медийная (*media ecology*) – раздел духовной экологии, в котором рассматриваются основные принципы медийного репертуара, культуры медиавосприятия; создание своеобразного иммунитета против низкокачественных медиатекстов, приобщение к медиакультуре, овладение духовно-нравственными и эстетическими критериями оценки медийных образов (Н.Ф.Хилько, 2000).

Эффект информационный (*information effect*) – различного рода (психологическое, этическое, эстетическое, терапевтическое и др.) воздействие, влияние информации на аудиторию. Аналог: медийное воздействие.

Эффект медийный (*media effect*) – различного рода (психологическое, этическое, эстетическое, терапевтическое и др.) воздействие, влияние медиа и медиатекстов на аудиторию. Аналог: медийное воздействие.

Эпизод (*episode*) – часть медиатекста, состоящая из одной или нескольких сцен, которые объединены общей темой, общим конфликтом.

Я

Язык аудиовизуальный (*audiovisual language*) - комплекс средств и приемов аудиовизуальной выразительности и коммуникации.

Язык аудиальный (*audio language*) - комплекс средств и приемов аудиовыразительности и коммуникации.

Язык визуальный (*visual language*) - комплекс средств и приемов визуальной выразительности и коммуникации.

Язык информации (*information language*) - комплекс средств и приемов информационного общения.

Язык коммуникации (*communication language*) - комплекс средств и приемов общения.

Язык медиа (*discourse, media language*) - комплекс средств и приемов медийной выразительности и коммуникации.

Язык медийный (*media language*) - комплекс средств и приемов медийной выразительности и коммуникации.

Библиографический список

- Бакулев Г.П.** *Массовая коммуникация. Западные теории и концепции.* М.: Аспект-пресс, 2005. 176 с.
- Бакулев Г.П.** *Основные концепции массовой коммуникации.* М., 2002.
- Баранов О.А.** *Медиаобразование в школе и вузе.* Тверь: Изд-во Тверского гос. ун-та, 2002. 87 с.
- Березин В.М.** *Массовая коммуникация: сущность, каналы, действия.* М.: Изд-во РИП-Холдинг, 2004. 174 с.
- Бондаренко Е.А.** *Творческая реабилитация средствами медиакультуры.* Омск, 2001.
- Бондаренко Е.А.** *Теория и методика социально-творческой реабилитации средствами аудиовизуальной культуры.* Омск: Изд-во Сибир. филиала Рос. ин-та культурологии, 2000. 91 с.
- Брайант Дж., Томпсон, С.** *Основы воздействия СМИ.* М.: Вильямс, 2004. 432 с.
- Вершинская О.Н.** *Информационно-коммуникационные технологии и общество.* - М.: Наука, 2007. - 203с.
- Грачев Г.В.** *Личность и общество: информационно-психологическая безопасность и психологическая защита.* М.: ПЕРСЭ, 2003. 304 с.
- Духанин В.Н.** *Православие и мир кино.* М.: Drakkar, 2005. 190 с.
- Журин А.А.** *Медиаобразование школьников на уроках химии.* М.: Изд-во Ин-та содержания и методов обучения Российской Академии образования, 2004. 184 с.
- Зазнобина Л.С.** *Стандарт медиаобразования, интегрированного с различными школьными дисциплинами // Стандарты и мониторинг в образовании.* 1998. № 3. С.26-34.
- Кириллова Н.Б.** *Медиакультура: от модерна к постмодерну.* М.: Академический проект, 2005. 448 с.
- Корконосенко С.Г.** *Преподаем журналистику. Профессиональное и массовое медиаобразование.* СПб.: Изд-во Михайлова, 2004. 240 с.
- Короченский А.П.** *«Пятая власть»? Медиакритика в теории и практике журналистики.* Ростов: Изд-во Ростов. гос. ун-та, 2003. 284 с.
- Луман Н.** *Медиа коммуникации.* М.: Логос, 2005. 280 с.
- Макаров М.М.** *Массовая коммуникация в современном мире.* М., 2000.
- Маклюэн М.** *Понимание медиа.* М.; Жуковский, 2003.
- Медиаобразование // Российская педагогическая энциклопедия.* Т.1/Гл. ред. В.В.Давыдов. М.: Большая российская энциклопедия, 1993. С. 555.
- Моль А.** *Социодинамика культуры.* М.: КомКнига, 2005.
- Назаров М.М.** *Массовая коммуникация в современном мире: Методология анализа и практика исследований.* М., 2003.
- Пензин С.Н.** *Кино и эстетическое воспитание: методологические проблемы.* Воронеж: Изд-во Воронеж. гос. ун-та, 1987. 176 с.
- Поличко Г.А.** *Киноязык, объясненный студенту.* М.: Русское слово, 2006. 201 с.
- Прессман Л.П.** *Методика применения технических средств обучения: Экранно-звуковые средства.* М.: Просвещение, 1988. 191 с.
- Пропп, В.Я.** *Морфология волшебной сказки. Исторические корни волшебной сказки.* М.: Лабиринт, 1998. 512 с.
- Романовский И.И.** *Масс-медиа. Словарь терминов и понятий.* М.: Изд-во Союза журналистов России, 2004. 480 с.
- Спичкин А.В.** *Что такое медиаобразование.* Курган: Изд-во Ин-та пов. квалификации и переподготовки кадров работников образования, 1999. 116 с.
- Терин В.П.** *Массовая коммуникация. Исследование опыта Запада.* М.: Изд-во МГИМО, 2000.
- Усов Ю.Н.** *В мире экранных искусств.* М., 1995. 224 с.
- Усов Ю.Н.** *Кинообразование как средство эстетического воспитания и художественного развития школьников: Дис. ... д-ра. пед. наук.* М., 1989.
- Усов Ю.Н.** *Медиаобразование в России (на материале экранных искусств).* Рукопись. 1995. 18 с.
- Усов Ю.Н.** *Основы экранной культуры.* М., 1993. 91 с.

- Фатеева И.А.** Медиаобразование: теоретические основы и опыт реализации. Челябинск: Изд-во Челябинск. гос. ун-та, 2007. 270 с.
- Федоров А.В.** Развитие медиакомпетентности и критического мышления студентов педагогического вуза. М.: Изд-во МОО ВПП ЮНЕСКО «Информация для всех», 2007. 616 с.
- Федоров А.В.** Медиаобразование: история, теория и методика. Ростов: ЦВВР, 2001. 708 с.
- Федоров А.В.** Терминология медиаобразования // *Искусство и образование*. 2000. № 2. С.33-38.
- Федотова Л.Н.** Социология массовой коммуникации. М., 2003.
- Хилько Н.Ф.** Аудиовизуальная культура: Словарь. Омск: Изд-во Сиб. фил. Рос. ин-та культурологии, Омск. гос. ун-т, 2000. 149 с.
- Хилько Н.Ф.** Развитие аудиовизуальных творческих способностей: психологические и социокультурные аспекты. Омск: Сиб. филиал Российского ин-та культурологии, 2004. 158 с.
- Хилько Н.Ф.** Роль аудиовизуальной культуры в творческом самоосуществлении личности. Омск: Изд-во Сиб. фил. Рос. ин-та культурологии, 2001. 446 с.
- Хилько Н.Ф.** Социокультурные аспекты экранного медиаторчества. М.: Изд-во Российского ин-та культурологии, 2004. 96 с.
- Хилько Н.Ф.** Экология аудиовизуального творчества. Омск: Изд-во Омского гос. ун-та, 2005. 110 с.
- Хилько Н.Ф.** Экранная культура: медиасистемы и технологии. Омск: Сиб. филиал Российского ин-та культурологии, 2003. 104 с.
- Цыганов В.В.** Медиа-терроризм: терроризм и средства массовой информации. Киев: Ника-Центр, 2004. 124 с.
- Челышева И.В.** Теория и история российского медиаобразования. Таганрог: Изд-во Кучма, 2006. 206 с.
- Шариков А.В.** Медиаобразование: мировой и отечественный опыт. М.: Изд-во Академии педагогических наук, 1990. 66 с.
- Шарков Ф.И.** Основы теории коммуникации. М.: Социальные отношения. Перспектива, 2004. 248 с.
- Ястребцева Е.Н.** Медиаотека: Как создать в школе медиатеку. М.: Информатика и образование, 1994.
- Ястребцева Е.Н.** Пять вечеров: Беседы о телекоммуникационных образовательных проектах. М: Проект Гармония, 2001. 216 с.
- Vaake, D. and all (Eds.) (1999).** *Hanbuch Mediaen: Medienkompetenz. Modelle und Projecte*. Bonn: Bundeszentrale fur Politische Bildung, 308 p.
- Barthes, R.** (1964). Elements de semiologie. *Communications*, N 4, pp.91-135.
- Barthes, R.** (1965). *Mythologies*. Paris: Editions de Seuil.
- Bazalgette, C., Bevort, E. & Savino, J.** (1992). *L'Education aux medias dans le monde: Nouvelles orientations*. Paris - London: BFI, CLEMI, UNESCO, 120 p.
- Blumeke, S.** (2000). *Mediaenpadagogische Kompetenz*. Munchen: KoPad-Verlag, 400 p.
- Buckingham, D.** (2003). *Media Education: Literacy, Learning and Contemporary Culture*. Cambridge, UK: Polity Press, 219 p.
- Eco, U.** (1976). *A Theory of Semiotics*. Bloomington: Indiana University Press.
- Fedorov, A.** (2003). Media Education and Media Literacy: Experts' Opinions. In: *MENTOR. A Media Education Curriculum for Teachers in the Mediterranean*. Paris: UNESCO.
- Gerbner, G.** (1995). Educators, Activists Organize to Promote Media Literacy in U.S. In: *The New Citizen*. 1995, Vol. 2, N 2.
- Gonnet, J.** (2001). *Education aux medias: Les controverses fecondes*. Paris: CNDP, Hachette, 144 p.
- Gripsrud, J.** (1999). *Understanding Media Culture*. London – New York: Arnold & Oxford University Press Inc., 330 p.
- Hart, A.** (1997). Textual Pleasures and Moral Dilemmas: Teaching Media Literacy in England. In: Kubey, R. (Ed.). *Media Literacy in the Information Age*. New Brunswick and London: Transaction Publishers, p.202.
- Kubey, R.** (1997). Media Education: Portraits of an Evolving Field. In: Kubey, R. (Ed.) *Media Literacy in the Information Age*. New Brunswick & London: Transaction Publishers, p.2.

- Masterman, L.** (1985). *Teaching the Media*. London: Comedia Publishing Group, 341 p.
- Masterman, L.** (1997). A Rational for Media Education. In: Kubey, R. (Ed.) *Media Literacy in the Information Age*. New Brunswick (U.S.A.) and London (UK): Transaction Publishers, pp.15-68.
- Masterman, L.** (1998). *18 Principles of Media Education*. In: <http://www.screen.com/mnet/eng/med/class/support/mediacy/edec/masterman.htm>
- Masterman, L., Mariet, F.** (1994). *Media Education in 1990s' Europe*. Strasbourg: Council of Europe, pp.6-59.
- Potter, W.J.** (2001). *Media Literacy*. Thousand Oaks – London: Sage Publication, 423 p.
- Pungente, J.J. and O'Malley, M.** (1999). *More Than Meets the Eye: Watching Television Watching Us*. Toronto: McClelland & Stewart Inc., 255 p.
- Semali, L.M.** (2000). *Literacy in Multimedia America*. New York – London: Falmer Press, 243 p.
- Silverblatt, A and Enright Eliceiri, E.M.** (1997). *Dictionary of Media Literacy*. Westport, Connecticut – London: Greenwood Press, 234 p.
- Silverblatt, A.** (2001). *Media Literacy*. Westport, Connecticut – London: Praeger, 449 p.
- Worsnop, C.M.** (2004). *Media Literacy Through Critical Thinking*. Washington State Office of Superintendent of Public Instruction and NW Center for Excellence in Media Literacy, 60 p.

Ключевые сайты по медиаобразованию:

Russian Media Education webs:

[http:// http://mediaeducation.ucoz.ru/](http://http://mediaeducation.ucoz.ru/) –

Электронная научная энциклопедия «Медиаобразование и медиакультура»
 Открытая электронная полнотекстовая библиотека "Медиаобразование"
 Ассоциация кинообразования и медиапедагогике России
 Science encyclopedia "Media Education and media culture"
 Open Media Education Library (Russian and English versions)
 Russian Association for Film and Media Education

<http://www.mediagram.ru/mediaed/journal/> -

журнал «Медиаобразование»
 Russian Journal 'Media Education':

<http://www.mediagram.ru> –

Информационная грамотность и медиаобразование
 Information Literacy and Media Education

<http://www.evartist.narod.ru/mdo/mo.htm> -

Информационный блок «Медиаобразование» на сайте EvArtist
 Information unit "Media Education" online EvArtist

<http://window.edu.ru> –

Единое окно доступа к образовательным ресурсам (поиск статей и книг по медиаобразованию по ключевому слову – медиаобразование).
 Window access to educational resources (search for articles and books on media education by keyword - media education).

Сведения об авторе

ФЕДОРОВ АЛЕКСАНДР ВИКТОРОВИЧ

Окончил киноведческий факультет ВГИКа (1983), аспирантуру (1986) и докторантуру (1993) Института художественного образования Российской Академии образования (Москва). Доктор педагогических наук (1993): защитил диссертацию по кино/медиаобразованию в высшей школе. Профессор (1994), почетный работник высшего профессионального образования, президент Ассоциации кинообразования и медиапедагогике России (с 2003), главный редактор журнала «Медиаобразование» (с 2005), член Союза кинематографистов России (с 1984, в 2009-2013 входил в Правление СК), Национальной Академии кинематографических искусств и наук России (с 2002), IRFCAM (Международного форума исследователей в области медиа, Сидней, Австралия), Международной палаты «Дети, Молодежь и Медиа» (International Clearinghouse on Children, Youth and Media), ФИПРЕССИ (FIPRESCI) и CIFEJ (Международного центра фильмов для детей и молодежи, Монреаль, Канада).

Лауреат премии Союза кинематографистов по кинокритике и киноведению (1983), премии Гильдии киноведов и кинокритиков России (2001) и премии «За выдающийся вклад в развитие медиаобразования» (2007). Награжден Дипломом Министра культуры РФ «За большой вклад в сохранение духовно-культурного наследия России» (2008). Лауреат Всероссийского конкурса «Лучшая книга по коммуникативным наукам и образованию» (1 место в номинации «Медиаобразование», 2009). Лауреат всероссийского конкурса ведущих научных школ РФ (2003-2005) по программе Президента РФ, всероссийского конкурса по Аналитической программе «Развитие научного потенциала высшей школы» (2006-2008) Министерства образования и науки Российской Федерации, научно-исследовательских грантов по гуманитарным наукам (по темам медиаобразования, медиакультуры и истории киноискусства): Российского гуманитарного научного фонда (1999-2012), Президента Российской Федерации для поддержки творческих проектов общенационального значения в области культуры и искусства (2001-2002), Федеральной целевой программы «Научные и научно-педагогические кадры» (2009-2013), Министерства образования России (1997-2000), Программы «Университеты России» (2002-2003), Института «Открытое общество» - по различным направлениям исследований в области гуманитарных наук (1997-2002), Центрально-Европейского университета (1998, 2006), Фонда Мак-Артуров (1997, 2003-2004) и Института Кеннана (2003, 2008), немецкого фонда DAAD (2000, 2005, 2010), Швейцарского научного фонда (2000), Фонда поддержки научных исследований Франции Foundation - Maison des science

de l'homme (2002, 2009), ECA Alumni (2004), ИНО-Центр–МИОН: Межрегиональные исследования в общественных науках» (2004-2005) и др.

Работал в прессе, в средних школах, был членом редколлегии журнала «Экран» (Москва), преподавал в Российском Новом университете (РОСНОУ). Свыше 20 лет заведовал кафедрой социокультурного развития личности ТГПИ. С 2005 – проректор по научной работе ТГПИ. Читает курсы по медиаобразованию, медиакультуре, киноискусству, руководит аспирантами по тематике медиаобразования, является главой ведущей научной школы РФ в области гуманитарных наук (по теме медиаобразования и медиакомпетентности).

Автор свыше двадцати книг по проблемам российского и зарубежного киноискусства, теории, истории и методике медиаобразования. Публикуется по вопросам киноискусства и медиаобразования с 1978 года (свыше 400 статей в российских и зарубежных журналах). Печатался в научных сборниках, в журналах: «Alma Mater: Вестник высшей школы», «Вестник Российского гуманитарного научного фонда», «Высшее образование в России», «Инновации в образовании», «Телекоммуникации и информатизация образования», «Дистанционное и виртуальное обучение», «Искусство и образование», «Мир образования – образование в мире», «Школьные технологии», «Вестник института Кеннана в России», «США-Канада: экономика, политика, культура», «Педагогика», «Человек», «Специалист», «Перемена», «Медиаотека», «Школьная библиотека», «Практическая психология», «Педагогическая диагностика», «Молодежь и общество», «Медиаобразование», «Экран», «Искусство кино», «Киномеханик», «Мнения», «Видео-Асс Премьер», «Видео-Асс экспресс», «Видеомагазин», «Встреча», «Мониторинг», «Журналистика и медиарынок», «Total DVD», «Про кино» (Москва), «Новини киноэкрана», «Кіно-Коло», «Медиакритика» (Украина), «Инновационные образовательные технологии» (Белоруссия), «Кино» (Литва), *Audience* (США), *Cineaste* (США), *Film Threat* (США), *Russian Education and Society* (США), *Canadian Journal of Communication* (Канада), *Cinemaction* (Франция), *Panoramiques* (Франция), *Educocommunication* (Бельгия), *International Research Forum on Children and Media* (Австралия), *Media i Skolen, Tilt* (Норвегия), *MERZ: Medien + Merziehung* (Германия), *Media Education Journal* (Шотландия), *Educational Media International*, *International NGO Journal*, *Thinking Classroom*, *AAN Quaterly*. и др.; в газетах «Арт-фонарь», «Культура», «Наше время», «Неделя», «Новая городская газета», «Учительская газета», «Экран и сцена», «СК-Новости», «Литературная газета», «Первое сентября», «Деловой экран» и др.

Неоднократно участвовал в работе зарубежных международных научных конференций по проблемам медиаобразования (Женева, 1996, 2000; Париж, ЮНЕСКО - 1997, 2007, 2009; Сан-Паулу, 1998; Вена, ЮНЕСКО-1999; Салоники-1999, 2001; Торонто-2000; Лондон-2002; Монреаль, 2003; Балтимор, 2003; Будапешт, 2006; Прага, 2007; Грац, 2007; Мадрид, ООН-2008, Катар, 2010, 2013, Стамбул, 2013 и др.). Занимался научно-

исследовательской работой в области медиакультуры и медиаобразования в Центральном-Европейском (Будапешт, 1998, 2006) и Кассельском (Кассель, 2000) университетах, в Центрах медиаобразования Министерств образования Бельгии (Брюссель, 2001) и Франции (CLEMI, Париж, 2002, 2009), в Институте Кеннана (W.Wilson Center, Вашингтон, США, 2003), в Университете имени Гумбольдта (Берлин, 2005), в Сорбонне (Париж, 2009). Был членом жюри (включая жюри ФИПРЕССИ) на международных фестивалях в Москве, Сочи, Оберхаузене, Орьяке, Монреале, Локарно и др. Выступал с докладом на слушаниях Совета Европы по вопросам Интернет и медиаобразования (Страсбург, 2002) на конференции Совета Европы по медиаграмотности (Грац, 2007) и всемирном Форуме ООН «Альянс цивилизаций» (Мадрид, 2008).

Библиография (книги А.В.Федорова)

- «За» и «против»: Кино и школа. М., 1987.
- Трудно быть молодым: Кино и школа. М., 1989.
- Видеоспор: кино - видео - молодежь. Ростов, 1990.
- Подготовка студентов педвузов к эстетическому воспитанию школьников на материале экранных искусств (кино, телевидение, видео). Таганрог, 1994.
- Киноискусство в структуре современного российского художественного воспитания и образования. Таганрог, 1999.
- Медиаобразование: История, теория и методика. Ростов, 2001.
- Медиаобразование в России: Краткая история развития. Таганрог, 2002 (совм. с И.В.Челышевой).
- Медиаобразование сегодня: содержание и менеджмент/Ред. А.В.Федоров. М., 2002.
- Медиаобразование в педагогических вузах. Таганрог, 2003.
- Медиаобразование в зарубежных странах. Таганрог, 2003.
- Violence on the Russian Screen and Youth Audience. Таганрог, 2003.
<http://interact.uoregon.edu/medialit/MLR/home/download/violence.doc>
- Медиаграмотность будущих педагогов в свете модернизации образовательного процесса в России. Таганрог, 2004 (совм. с А.А.Новиковой, И.В.Челышевой и И.А.Каруна).
- Права ребенка и проблема насилия на российском экране. Таганрог, 2004.
- Медиаобразование и медиаграмотность. Таганрог, 2004.
- Медиаобразование в ведущих странах Запада. Таганрог, 2005 (совм. с А.А.Новиковой).
- Медиаобразование будущих педагогов. Таганрог, 2005.
- Медиаобразование в США, Канаде и Великобритании. Таганрог, 2007 (совм. с А.А.Новиковой, В.Л.Колесниченко, И.А.Каруна).
- Эстетическая концепция в российском медиаобразовании и творческое наследие Ю.Н.Усова. Таганрог, 2007. (совместно с И.В.Челышевой, А.А.Новиковой, Е.В.Мурюкиной и др.).
- Медиаобразование: социологические опросы. Таганрог, 2007.

- Media Education: Sociology Surveys. Taganrog, 2003.
interact.uoregon.edu/medialit/MLR/home/download/sociology.doc
<http://www.nordicom.gu.se/cl/publ/electronic/Book%202007%20ME%20SociologyFedorov.pdf>
 Развитие медиакомпетентности и критического мышления студентов педагогического вуза. М., 2007.
 On Media Education. Moscow, 2008.
 Медиаобразование: вчера и сегодня. М., 2009.
 Media Education and Media Literacy: Russian Point of View. Saarbrucken, 2010, 364 p.
 Children and Media Violence: Comparative Analysis. Saarbrucken, 2010, 164 p.
 Федоров А.В., Левицкая А.А., Челышева И.В., Мурюкина Е.В., В.Л.Колесниченко, Михалева Г.В., Сердюков Р.В. Научно-образовательный центр «Медиаобразование и медиакомпетентность». М., 2012. 614 с.
 Федоров, А. В., Онкович А.В., Левицкая А.А. Тенденции развития светского и теологического медиаобразования в России и за рубежом. Таганрог: Изд-во Таганрог. гос. пед. ин-та имени А. П. Чехова, 2013. 308 с.
 Федоров А.В., Левицкая А.А., Челышева И.В., Мурюкина Е.В., Григорова Д.Е. Медиаобразование в странах Восточной Европы. М., 2014.
 Федоров А.В., Челышева И.В., Мурюкина Е.В., Горбаткова О.И., Ковалева М.Е., Князев А.А. Массовое медиаобразование в СССР и России: основные этапы / Под ред. А.В. Федорова. М., 2014. 267 с

e-mail: [1954alex\(at\)mail.ru](mailto:1954alex@mail.ru)

Литература о А.В.Федорове

- [О книгах А.В.Федорова «Медиаобразование: вчера и сегодня» и «Развитие медиакомпетентности и критического мышления студентов педагогического вуза»] // Кинопроцесс. 2010. № 13. С.21].
 [О книгах А.В.Федорова «Медиаобразование и медиаграмотность» и «Права ребенка и проблема насилия на российском экране»] // Кинопроцесс. 2005. № 1. С.173, 175].
 Кириллова Н.Б. Медиакультура: от модерна – к постмодерну. М., 2005. С.397.
 Корконосенко С.Г. Преподаем журналистику: Профессиональное и массовое медиаобразование: Учебное пособие. СПб., 2004. С.79-81.
 Короченский А.П. Важный вклад в медиапедагогику // Медиаобразование. 2005. № 1. С.121-124.
 Чудинова В.П. и др. Дети и библиотеки в меняющейся среде. М., 2004. С.155-165.
 Янчевская Е. Из жизни на экран и обратно // Независимая газета. 2.09.2004.
 Короченский А.П. Медиаобразование и журналистика на юге России // Юг России в прошлом и настоящем: история, экономика, культура. Белгород, 2006. Т.1. С.316-323.
 Поличко Г.А. Киноязык, объясненный студенту. М., 2006. С.7.
 Russian Teachers and Media Education. In: Newsletter on Children, Youth and Media in the World. 2005. N 1. <http://www.nordicom.gu.se/cl/publ/letter.php>
www.tu-ilmenau.de/fakmn/uploads/media/Russia-report_3.pdf
 Burke, B.R. (2008). Media Literacy in the Digital Age Implications for Scholars and Students. In Communication Studies Today At the Crossroads of the Disciplines. Moscow, 2008.

Yoon, J. (2009). The Development of Media Literacy in Russia: Efforts from Inside and Outside the Country. In: Marcus Leaning (Ed.). *Issues in Information and Media Literacy: Criticism, History and Policy*. Santa Rosa, California.

Webs:

<http://mediaeducation.ucoz.ru/>

<http://www.mediagram.ru/mediaed/journal/>

<http://www.mediagram.ru>

<http://www.evartist.narod.ru/mdo/mo.htm>

Автор- составитель – А.В.Федоров,
доктор педагогических наук, профессор,
президент Ассоциации медиапедагогике России,
главный редактор журнала «Медиаобразование»,
mediashkola@rambler.ru

Аннотация

Федоров А.В. Словарь терминов по медиаобразованию, медиапедагогике, медиаграмотности, медиакомпетентности. Таганрог: Изд-во Таганрог. гос. пед. ин-та, 2010. 64 с.

В словаре, составленном президентом Ассоциации медиапедагогике А.В.Федоровым на основе научной литературы и практической работы научно-образовательных центров, дана современная терминология, касающаяся основных моделей, доминирующих теоретических концепций, целей и задач развития медиаобразования, медиапедагогике, медиаграмотности, медиакомпетентности.

Ключевые слова: научно-образовательный центр, медиаобразование, медиапедагогика, медиаграмотность, медиакомпетентность, терминология, словарь.

Prof. Dr. Alexander Fedorov,
president of Russian Association for Media Education,
editor of Russian Journal 'Media Education'
mediashkola@rambler.ru

Fedorov, Alexander. Media Education Dictionary: Media Education, Media Literacy, Media Studies, Media Competence. Moscow: ICO "Information for All", 2014, 64 p.

The dictionary, compiled by the President of the Russian Association for Media Education Alexander Fedorov (on the base of the scientific literature and practical experience of scientific and educational centers) gives the current terminology relating to the basic models, the dominant theoretical concepts, goals and objectives of media education, media education, media literacy, media studies, media competence.

Key words: media education, media literacy, media competence, media studies, media education center, terminology, dictionary.

Справочное издание

**Словарь терминов
по медиаобразованию,
медиапедагогике,
медиаграмотности,
медиакомпетентности**

Автор-составитель А.В.Федоров

Издатель:

МОО «Информация для всех»

Почтовый адрес: Россия, 121096, Москва, а/я 44

E-mail contact@ifap.ru

http://www.ifap.ru