

МЕДИАОБРАЗОВАНИЕ

MEDIA EDUCATION

5/2012

*Российский журнал истории,
теории и практики медиапедагогике*

Russian journal of history, theory and practice of media education

Журнал основан в 2005 году

С 2009 года журнал «Медиаобразование» включен в международный реестр научных журналов DOAJ: Directory of Open Access Journals
<http://www.doaj.org/doaj?func=loadTempl&templ=070507>

Медиаобразование. 2012. № 5

Российский журнал истории,
теории и практики медиапедагогики

ISSN 1994-4160 (печатная версия)

ISSN 1994-4195 (интернет-версия)

Журнал основан в 2005 году.

Журнал включен в международный
реестр научных журналов
Directory of Open Access Journals
(www.doaj.org), Global Serial Directory
UlrichsWeb
(<http://www.ulrichsweb.com/ulrichsweb/>)
и каталог профильных ресурсов
портала Альянса цивилизаций ООН
Media Literacy Education
Clearinghouse
(www.aocmedialiteracy.org).

Учредители

Бюро ЮНЕСКО в Москве,
Ассоциация кинообразования и ме-
диапедагогики России,
Таганрогский государственный
педагогический институт
имени А.П. Чехова,
МОО «Информация для всех».

Издатель

ИП Ю.Д. Кучма.

Адрес редакции

Ассоциация кинообразования и ме-
диапедагогики России
109542, Москва, Рязанский проспект,
дом 99, офис У-430.
e-mail: tina5@rambler.ru

Статьи для публикации в журнале
принимаются только по электронной
почте.

Редакционная коллегия:

А.В. Федоров (главный редактор),
Л.М. Баженова,
О.А. Баранов,
Е.Л. Вартанова,
С.И. Гудилина,
В.В. Гура,
А.А. Демидов,
Н.Б. Кириллова,
С.Г. Корконосенко,
А.П. Короченский,
В.А. Монастырский,
Г.А. Поличко,
В.С. Собкин,
Л.В. Усенко,
Н.Ф. Хилько,
А.В. Шариков.

Зеркала электронной версии журнала

<http://eduof.ru/mediaeducation>

<http://eduof.ru/medialibrary>

[http://www.mediagram.ru/mediaed/
journal/](http://www.mediagram.ru/mediaed/journal/)

Информационная поддержка

Портал «Информационная грамот-
ность и медиаобразование»
<http://www.mediagram.ru>

Портал «Информация для всех»
<http://www.ifar.ru>

Портал «Электронная научная энцик-
лопедия «Медиаобразование и ме-
диакультура»

<http://eduof.ru/mediacompetence>



**Media Education. 2012. N 5
(Volume 35)**

Russian journal of history, theory and practice of media education

ISSN 1994-4160 (print version),
ISSN 1994-4195 (online version)

Founded 2005.

The Journal is included in the international register of scientific journals Directory of Open Access Journals (www.doaj.org), Global Serial Directory UlrichsWeb (<http://www.ulrichsweb.com/ulrichsweb/>) and the catalog relevant resource portal UN Alliance of Civilizations Media Literacy Education Clearinghouse (www.aocmedialiteracy.org).

Founders

UNESCO Moscow Office,
Russian Association for Film and Media Education,
Anton Chekhov Taganrog State Pedagogical Institute,
ICO "Information for All".

Editorial address

Russian Association of Film and Media Russia, 109542, Moscow, Ryazan Av., 99, office Y-430.

E-mail: tina5@rambler.ru

Articles for journal publication are accepted via email only.

Editorial board:

Alexander Fedorov (Editor), Prof., Ed.D., president of Russian Association for Film and Media Education, pro-rector of Anton Chekhov Taganrog State Pedagogical Institute,

Oleg Baranov, Ph.D., Prof., Tver State University,

Larissa Bazhenova, Ph.D., Russian Academy of Education (Moscow),

Svetlana Gudilina, Ph.D., Russian Academy of Education (Moscow),

Valery Gura, Ph.D., Prof., Dean of Social Education Faculty, Anton Chekhov Taganrog State Pedagogical Institute,

Alexei Demidov, head of ICO "Information for All" (St-Petersburg),

Nikolai Khilko, Ph.D., Omsk State University,
Natalia Kirillova, Ph.D., Prof., Ural State University (Yekaterinburg),

Sergei Korkonosenko, Ph.D., Prof., St-Petersburg State University,

Alexander Korochemsky, Ph.D., Prof., Dean of Faculty of Journalism, Belgorod State University,

Valery Monastyrsky, Ph.D., Prof., Tambov State University,

Gennady Polichko, Ph.D., Prof., State University of Management,

Alexander Sharikov, Ph.D., Prof., The Higher School of Economics (Moscow).

Vladimir Sobkin, Acad., Ph.D., Prof., Head of Sociology Research Center (Moscow),

Elena Vartanova, Ph.D., Prof., Dean of Faculty of Journalism, Moscow State University,

Leonid Usenko, Ph.D., Prof., South Federal University (Rostov-on-Don).

The web versions of the Media Education Journal:

<http://eduof.ru/mediaeducation>

<http://eduof.ru/medialibrary>

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

Information Support:

Portal "Information Literacy and Media Education" <http://www.mediagram.ru>

Portal "Encyclopedia "Media Education and Media Culture"

<http://eduof.ru/mediacompetence>

Portal "Information for All"

<http://www.ifap.ru>

Содержание

Актуальные новости	6
История медиаобразования	
Игнатъев Д.И. Фильм в работе учителя (небольшой исторический экскурс).....	25
Федоров А.В., Онкович А.В. Анализ основных проблем и тенденций развития светского массового медиаобразования в сравнении с теологическим медиаобразованием	32
Теория медиаобразования	
Федоров А.В., Онкович А.В. Тенденции развития светского и теологического медиаобразования в России и за рубежом: актуальность исследования	45
Федоров А.В. Светская и теологическая медиаобразовательные модели.....	54
Книжная полка	
Вышли новые книги и статьи по тематике медиаобразования.....	69

Contents

Actual News	6
Media Education History	
Ignatiev D.I. The film in work of the teacher (small historical digression).....	25
Fedorov. A.V., Onkovich, A.V. Analysis of key issues and trends in the secular mass media education in comparison to the theological media education.....	32
Media Education Theory	
Fedorov. A.V., Onkovich, A.V. Trends in the development of secular and theological media education in Russia and abroad: the relevance of research.....	45
Fedorov. A.V. Secular and theological models of media education.....	54
Books shelf	
New book and articles on the subject of media education.....	69



АКТУАЛЬНЫЕ НОВОСТИ

Actual News

Аннотация. Короткая информация о текущих медиаобразовательных событиях.

Ключевые слова: медиаобразование, медиаграмотность, медиапедагогика.

Abstract. Short information about new events in the media education in Russia: conferences, media education trainings, etc.

Keywords: media studies, communication, media education, media literacy.

Декларация международной научной конференции «Современное состояние медиаобразования в России в контексте мировых тенденций»

Понимая важность развития медиаобразования в современном обществе, учитывая документы ООН и ЮНЕСКО, Ассоциации кинообразования и медиапедагогике России, принятые по данной тематике в предыдущие годы, участники международной научной конференции «Современное состояние медиаобразования в России в контексте мировых тенденций» заявляют о своей поддержке:

- инициатив Министерства культуры Российской Федерации и Союза кинематографистов России ввести (факультативные) курсы кинообразования в школах;

- продвижения массового медиаобразования в школах, колледжах, вузах, учреждениях дополнительного образования, центрах культуры;

- идеи создания межведомственного совета, объединяющего медиаобразовательные инициативы Министерства культуры РФ, Министерства образования и науки РФ, Министерства связи и массовых коммуникаций РФ с целью оказания адресной государственной финансовой поддержки движению медиаобразования в России (в том числе и в плане подготовки медиапедагогов и медийных экспертов);

- идеи внедрения медиаобразовательных компонентов в государственные стандарты образования;

- идеи популяризации медиаобразования как наиболее эффективного инструмента развития медиакомпетентной личности, способной противостоять негативным информационным влияниям, обладающей умениями квалифицированного выбора,

анализа, создания и распространения медиатекстов разных видов и жанров.

Сопредседатели конференции:

К.Э. Разлогов, А.В. Федоров.

Таганрог, 8 сентября 2012 года.

Текст данной Декларации размещен на сайтах:

Ассоциации кинообразования и медиапедагогике России <http://eduof.ru/mediaeducation>

Российского института культурологии <http://www.ricur.ru/>

**В Таганрогском государственном педагогическом институте
имени А.П. Чехова 7–8 сентября 2012 года
прошла международная научная конференция
«Современное состояние медиаобразования в России
в контексте мировых тенденций»**

Медиаобразование... Вероятно, многие спросят: а что это такое? Более осведомленные могут сказать: а нужно ли оно? Начнем с определения термина. Медиа – общее название средств массовой коммуникации. Есть медиа визуальные – печать, фотография, компьютерная графика. Есть аудиальные (звуковые) – звукозапись, радио. Есть аудиовизуальные – кинематограф, телевидение, видео, интернет. То, что медиа оказывают сильное влияние на людей, всем известно. А вот какое именно? Такие возможности медиа, как широкоохватность, массовость, информативность, быстрая реакция на события, скорее всего, позитивны. Но есть и масса примеров негативных воздействий медиа на аудиторию: манипулятивные приемы формируют зависимость от чужого мнения, экранное насилие порождает подражание ему и т. д. Изучает все это Media Studies, теория и исследования медиа – одна из самых молодых и модных отраслей социальных и гуманитарных наук в мировом масштабе.

Особое место в контексте Media Studies занимает медиаобразование. Это специфическое направление в педагогике – media education – сформировалось в педагогической науке в XX веке. «Российская педа-

гогическая энциклопедия» определяет медиаобразование как направление в педагогике, выступающее за изучение закономерностей массовой коммуникации. 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. Медиаобразование рассматривается как процесс развития личности с помощью и на материале средств массовой коммуникации 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. В процессе медиаобразования приобретает медиаграмотность (медиакомпетентность), помогающая лучше понять язык экранных искусств, активно использовать возможности информационного (коммуникационного) поля телевидения, радио, ви-

део, кинематографа прессы, интернета.

Медиаграмотный человек способен осознанно оценивать медиатексты, поддерживать критическую дистанцию по отношению к массовой культуре и сопротивляться манипуляциям. Вот и ответ на вопрос, для чего нужно медиаобразование. Медиаобразование является частью основных прав каждого гражданина любой страны мира на свободу самовыражения и права на информацию, инструментом поддержки демократии. ЮНЕСКО рекомендовало медиаобразование к внедрению в национальные учебные планы всех государств, в систему дополнительного, неформального образования и обучения в течение всей жизни человека.

Медиаобразование – молодая отрасль науки и образовательной практики. Оно находится в стадии становления, ищет собственную специфику и место в культуре. Актуальность его проблематики побудила Министерство культуры РФ, Российский институт культурологии, Таганрогский государственный педагогический институт им. А.П. Чехова, Ассоциацию кинообразования и медиапедагогики России и Научно-образовательное культурологическое общество организовать международную научную конференцию «Современное состояние медиаобразования в России в контексте мировых тенденций» по программе научных мероприятий, посвященных 80-летию Российского института культурологии.

Местом проведения конференции был избран ТГПИ им. А.П. Чехова. И отнюдь не случайно. Здесь в 2001–2012 годах коллектив научной школы «Медиаобразование и медиакомпетентность» под руководством

профессора А.В. Федорова опубликовал ряд монографий, учебных пособий и сборников учебных программ по медиаобразованию для вузов. Важно отметить, что именно этому научному коллективу принадлежит инициатива открытия и регистрации новой вузовской специализации «Медиаобразование» (03.13.30), по которой с сентября 2002 года в ТГПИ осуществляется набор студентов (первый выпуск состоялся в 2007 году). К сегодняшнему дню Ассоциации кинообразования и медиапедагогики России (президент – профессор А.В. Федоров) удалось сплотить ведущих медиапедагогов России, обозначив ключевые задачи развития и внедрения медиапедагогики в стране на ближайшие годы.

В пул партнерских организаций входят Таганрогский государственный педагогический институт имени А.П. Чехова, Белгородский государственный университет, Центр медиаобразования при Южно-Уральском госуниверситете, медиаобразовательные центры в Екатеринбурге и Российская коммуникативная ассоциация. Один из последних совместных проектов – портал «Информационная грамотность и медиаобразование» (www.medigram.ru), получивший высокую оценку российского экспертного сообщества, ООН и ЮНЕСКО. Портал стал российским вкладом в разработку под патронажем ООН международного портала Media Literacy Education Clearinghouse по проблемам медиаобразования, медиапедагогики и медиакомпетентности.

Конференция привлекла ученых из Польши, Украины (Киев, Запорожье, Симферополь), Москвы, Санкт-Петербурга, Белгорода, Челябинска, Омска, Иркутска. Большинство попало в Таганрог впервые. Организа-

торы сумели соединить весьма плотную программу заседаний со знакомством с городом. Как же можно было не посмотреть чеховские места, центр города, где заботливо сохраняется старинная архитектура, исторический облик улиц. Сильное впечатление произвел на гостей Литературный музей А.П. Чехова, они были поражены неизвестными им доселе фактами биографии писателя.

Конференция открылась докладом профессора К.Э. Разлогова. Его все узнавали сразу: как говорится, «медийное лицо», известнейший кинокритик, автор и ведущий телепередач. Кроме того, Кирилл Эмильевич – доктор искусствоведения, председатель Оргкомитета конференции, директор Российского института культурологии (Москва), заслуженный деятель искусств России, кавалер ордена «За заслуги в искусстве и литературе» (Франция), директор программ Московского международного кинофестиваля. Естественно, он был в центре внимания.

В своем докладе «Кинообразование как миф и реальность» К.Э. Разлогов полемически размышлял о проблемах развития кино/медиаобразования в современном обществе. Парадоксальность его мысли обычно шокирует «широкую общественность», но вызывает острый интерес специалистов. Для примера – фрагмент доклада: «Эпоха просветительства породила иллюзию, что европейская «культура для образованных» является объединяющим началом для всех граждан планеты. Эта иллюзия была развенчана в XX веке, к середине которого стало очевидно, что таким объединителем всех и вся становится глобальная развлекательная массовая культура, по отношению к которой все прочие становятся субкультурами, опреде-

ляемыми по самым разным основаниям. Именно они равны между собой, и в их числе оказывается субкультура творческой интеллигенции, так называемая высокая, или элитарная, культура. (...) Взаимодействие культур осуществляется в пространстве медиа. Медиа являются основными носителями тенденции глобализации. Они составляют плавильный котел массовой культуры. Последняя же не предполагает специального обучения. Более того, эстетическое воспитание является препятствием для адекватной оценки произведений массовой культуры. (...) Она основывается на непосредственном переживании. Поэтому ее шедевры значительно быстрее оценивают «некультурные» подростки, нежели читающая и пишущая публика (...) Трагедия творческой интеллигенции при этом состоит (...) в том, что власть творцов теперь распространяется не на культуру вообще (где властвуют дельцы), а только на субкультуру творческой интеллигенции. Последняя же охватывает в любом обществе от 4 до 7 процентов населения. (...) Всеобщее медиаобразование и превращение всего населения земного шара в специалистов – прекраснотдушная утопия. Столь же утопично внедрение в массовую аудиторию вкусов и предпочтений творческой интеллигенции...».

Руководитель научной школы профессор А.В. Федоров, сопредседатель Оргкомитета конференции, проректор по научной работе Таганрогского государственного педагогического института, доктор педагогических наук, главный редактор журнала «Медиаобразование», в докладе «Анализ стереотипов политически ангажированных медиатекстов на занятиях в студенческой аудито-

рии» продемонстрировал на ряде эпизодов из фильмов Р. Харлина, как важно развивать у студентов умения анализа медиатекстов. Александр Викторович рассказал, как привлечь внимание студенческой аудитории на использование основных приемов манипулятивного воздействия: «Для этого используется: «просеивание» информации (аргументированное выделение истинного и ложного, очищение информации от «румян» и «ярлыков» путем сопоставления с действительными фактами и т.д.); снятие с информации ореола «типичности», «простонародности», «авторитетности»; критический анализ целей, интересов «агентства», то есть источника информации. Так, анализируются следующие приемы манипулятивного воздействия: «оркестровка» – психологическое давление на аудиторию в форме постоянного повторения тех или иных фактов вне зависимости от истины: тотальное подчеркивание положительных качеств американских персонажей и отрицательных качеств у персонажей русского происхождения; «селекция» («подтасовка») – отбор определенных тенденций – к примеру, только позитивных или негативных, искажение, преувеличение/преуменьшение данных тенденций. В фильмах Р. Харлина «Рожденный американцем» и «Три дня в августе» есть только «черное» и «белое»: все позитивные события связаны с действиями американских персонажей, а все отрицательные – русских; «наведение румян» (приукрашивание фактов); «игра в простонародность», включающая, к примеру, максимально упрощенную форму подачи информации...».

В докладах конференции рассматривались разные проблемы, порой трудно сопоставимые. Их авторы придерживаются различных позиций по вопросам настоящего и будущего

медиаобразования, что естественно для живой научной мысли.

На пленарном заседании также выступили А.П. Короченский, декан факультета журналистики Белгородского государственного университета, доктор филологических наук, профессор («Медиаобразование и формирование гражданской ответственности россиян: проблемы и перспективы»), Г.В. Онкович, доктор педагогических наук, профессор, Институт высшего образования Национальной академии педагогических наук Украины («Горизонтальный и вертикальный векторы современной медиадидактики»), М. Соколовский (Польша), заведующий кафедрой социологии, доктор наук, профессор Варминьско-Мазурского университета («Media education in Poland – an outline of the subject»), Л.М. Баженова, кандидат педагогических наук, ст. научный сотрудник Института художественного образования РАО («Содержание и структура вариативных моделей изучения экранных искусств в школе»), Е.А. Бондаренко, кандидат педагогических наук, доцент, зав. лабораторией медиаобразования Института содержания и методов обучения РАО («Современное массовое медиаобразование в России: концептуальные проблемы»), И.А. Фатеева, доктор филологических наук, зав. кафедрой журналистики и медиаобразования Челябинского госуниверситета («Уроки медиабезопасности в школах Челябинской области: организационно-методический аспект»), С.Б. Цымбаленко, президент Агентства ЮНПРЕСС (Москва), доктор педагогических наук («Проблемы развития медиакультуры подрастающего поколения»).

Работали секции: «Основные тенденции развития массового и профессионального медиаобразования», «История развития медиаобразования», «Теория, философия и социо-

логия медиа». Завершил конференцию круглый стол «Медиаобразование в России: запрещать или образовывать?». Кирилл Разлогов привез фильм сербского режиссера Майи Милош «Клип», который победил на Международном кинофестивале в Роттердаме. Как раз накануне Министерство культуры РФ отказало фильму в выдаче прокатного удостоверения. Участники конференции посмотрели его минут двадцать и решили, что и так все ясно.

Последовавшее обсуждение за круглым столом было куда интереснее фильма. Его анализировали с позиций медиаобразования. Звучали неожиданные мысли, глубокие суждения, остроумные реплики – научная дискуссия удалась. Конференция тоже. Может быть, встречи специалистов по медиаобразованию в Таганроге продолжатся в будущем.

Н. Смирнова (газета «Академия». 2012. № 26. С. 7).

**Рекомендации (сентябрь 2012 г.) по применению
Федерального закона от 29.12.2010 № 436-ФЗ «О защите детей
от информации, причиняющей вред их здоровью и развитию»,
разработанные федеральной службой по надзору в сфере связи,
информационных технологий и массовых коммуникаций (Роскомнадзор)
Министерства связи и массовых коммуникаций Российской Федерации**

Настоящий Федеральный закон регулирует отношения, связанные с защитой детей от информации, причиняющей вред их здоровью и (или) развитию, в том числе от такой информации, содержащейся в информационной продукции. Данные рекомендации по применению средствами массовой настоящего Федерального закона подготовлены с учетом обсуждений, прошедших в Роскомнадзоре с участием представителей основных телеканалов, радиоканалов, периодических печатных изданий, сетевых изданий, операторов кабельных сетей и спутникового вещания.

1. При осуществлении телевизионного вещания Знак информационной продукции указывается для каждой программы, передачи,

публикуемой в программах телепередач; в транслируемых программах и передачах, классифицированных как информационная продукция для детей, достигших возраста двенадцати лет; информационная продукция для детей, достигших возраста шестнадцати лет; информационная продукция, запрещенная для детей (информационная продукция, содержащая информацию, предусмотренную частью 2 статьи 5 настоящего Федерального закона); в отдельных музыкальных видеоклипах, транслируемых вне рамок маркируемых тематических блоков или не соответствующих маркировке этих блоков в сторону более высоких возрастных ограничений. Кроме того, в соответствии со ст. 27 Закона РФ

«О средствах массовой информации» при каждом выходе в эфир телепрограмм они должны сопровождаться сообщением об ограничении их распространения, а также знаком информационной продукции в случаях, предусмотренных Федеральным законом от 29 декабря 2010 года № 436-ФЗ «О защите детей от информации, причиняющей вред их здоровью и развитию». Знак информационной продукции демонстрируется в углу кадра и представляет собой: применительно к категории информационной продукции для детей, достигших возраста шести лет, – цифру «6» со знаком «плюс»; применительно к категории информационной продукции для детей, достигших возраста двенадцати лет, – цифру «12» со знаком «плюс»; применительно к категории информационной продукции для детей, достигших возраста шестнадцати лет, – цифру «16» со знаком «плюс»; применительно к категории информационной продукции, запрещенной для детей, – цифру «18» со знаком «плюс». Размер знака информационной продукции должен быть не менее размера логотипа телеканала. Знак информационной продукции демонстрируется в начале трансляции каждой новой телепрограммы, телепередачи, а также при каждом возобновлении их трансляции (после прерывания рекламой и (или) иной информацией). Продолжительность демонстрации знака информационной продукции в начале трансляции телепрограммы, телепередачи, а также при каждом возобновлении их трансляции (после прерывания рекламой и (или) иной информацией) должна со-

ставлять не менее 8 секунд. При демонстрации знака информационной продукции при телевещании такой знак не может накладываться на логотип телеканала, телепрограммы, телепередачи или иные знаки, маркировки, размещённые на информационной продукции, распространяемой посредством телевещания, а также накладываться на субтитры, надписи разъясняющего характера. Знак информационной продукции, обозначающий её категорию, в публикуемых программах телепередач должен соответствовать знаку информационной продукции, размещённому вещателем при телевещании.

Без знака информационной продукции могут транслироваться телепрограммы, телепередачи, транслируемые в эфире без предварительной записи; информационная продукция, имеющая значительную историческую, художественную или иную культурную ценность для общества.

Не подлежит распространению посредством телевещания с 7 часов до 21 часа по местному времени информационная продукция, предусмотренная пунктами 4 и 5 статьи 10 Федерального закона № 436-ФЗ, а именно, содержащая оправданные ее жанром и (или) сюжетом: отдельные бранные слова и (или) выражения, не относящиеся к нецензурной брани; не эксплуатирующие интереса к сексу и не носящие оскорбительного характера изображение или описание половых отношений между мужчиной и женщиной, за исключением изображения или описания действий сексуального характера. Исключения составляют телепро-

граммы, доступ к просмотру которых осуществляется исключительно на платной основе с применением декодирующих технических устройств и демонстрацией соответствующего знака информационной продукции.

Информационная продукция, отнесенная производителем к информационной продукции для детей, достигших возраста шестнадцати лет, в которой не содержится информации, предусмотренной пунктами 4 и 5 статьи 10 Федерального закона № 436-ФЗ, и обозначенная знаком информационной продукции 16+ может распространяться без применения декодирующих технических устройств и вышеозначенных ограничений по времени ее распространения.

Не подлежит распространению посредством телевидения с 4 часов до 23 часов по местному времени информационная продукция, содержащая информацию побуждающую детей к совершению действий, представляющих угрозу их жизни и (или) здоровью, в том числе к причинению вреда своему здоровью, самоубийству; способную вызвать у детей желание употребить наркотические средства, психотропные и (или) одурманивающие вещества, табачные изделия, алкогольную и спиртосодержащую продукцию, пиво и напитки, изготавливаемые на его основе, принять участие в азартных играх, заниматься проституцией, бродяжничеством или попрошайничеством; обосновывающую или оправдывающую допустимость насилия и (или) жестокости либо побуждающую осуществлять насильственные действия по отношению к людям или животным, за исклю-

чением случаев, предусмотренных настоящим Федеральным законом; отрицающую семейные ценности и формирующую неуважение к родителям и (или) другим членам семьи; оправдывающую противоправное поведение.

Исключения составляют телепрограммы, доступ к просмотру которых осуществляется исключительно с применением декодирующих технических устройств и демонстрацией знака информационной продукции. Информационная продукция, отнесенная производителем к информационной продукции, запрещенной для детей и обозначенная знаком информационной продукции 18+, не может распространяться без применения декодирующих устройств с 4 часов до 23 часов по местному времени.

При размещении анонсов или сообщений о распространении посредством телевидения информационной продукции, запрещенной для детей, не допускается использование фрагментов указанной информационной продукции, содержащей информацию, причиняющую вред здоровью и (или) развитию детей. Анонсы телепрограмм, телепередач, содержащих информацию, причиняющую вред здоровью и (или) развитию детей должны сопровождаться сообщением об этом посредством размещения в них соответствующего знака информационной продукции.

2. При осуществлении радиовещания Знак информационной продукции указывается в публикуемых программах радиопередач для конкретной радиопередачи, должен соответствовать возрастной категории, указываемой в звуковом текстовом предупрежде-

нии к данной радиопередаче. Сопровождение сообщением об ограничении распространения среди детей посредством радиовещания информационной продукции, осуществляется вещателем не реже четырех раз в сутки при непрерывном вещании вместе с иными выходными данными или при каждом выходе в эфир радиопрограммы, также с иными выходными данными.

Основанием для сопровождения радиопередачи сообщением об ограничении распространения среди детей посредством радиовещания информационной продукции, содержащей негативную информацию, являются сведения, полученные в результате классификации информационной продукции, осуществлённой вещателем, либо указанные производителем в сопроводительных документах на информационную продукцию.

Сообщение об ограничении распространения среди детей посредством радиовещания информационной продукции, содержащей негативную информацию, содержит в себе звуковое текстовое предупреждение: применительно к категории информационной продукции для детей, достигших возраста шести лет, – «для детей старше шести лет»; применительно к категории информационной продукции для детей, достигших возраста двенадцати лет, – «для детей старше двенадцати лет»; применительно к категории информационной продукции для детей, достигших возраста шестнадцати лет, – «для детей старше шестнадцати лет»; применительно к категории информационной продукции, запрещенной для детей, – «запрещено для детей».

При сопровождении сообщением об ограничении распространения среди детей посредством радиовещания информационной продукции, содержащей негативную информацию, такое сообщение не может накладываться на звуковые сообщения, препятствующие восприятию текстового предупреждения. Без знака информационной продукции могут транслироваться радиопрограммы, радиопередачи, транслируемые в эфире без предварительной записи; информационная продукция, имеющая значительную историческую, художественную или иную культурную ценность для общества.

Не подлежит распространению посредством радиовещания с 7 часов до 21 часа по местному времени Информационная продукция, предусмотренная пунктами 4 и 5 статьи 10 Федерального закона № 436-ФЗ, а именно, содержащая оправданные ее жанром и (или) сюжетом: отдельные бранные слова и (или) выражения, не относящиеся к нецензурной брани; не эксплуатирующие интереса к сексу и не носящие оскорбительного характера описание половых отношений между мужчиной и женщиной, за исключением описания действий сексуального характера.

Исключение составляют радиопрограммы, доступ к просмотру которых осуществляется исключительно на платной основе с применением декодирующих технических устройств и демонстрацией соответствующего знака информационной продукции.

Информационная продукция, отнесенная производителем к информационной продукции для де-

тей, достигших возраста шестнадцати лет, в которой не содержится информации, предусмотренной пунктами 4 и 5 статьи 10 Федерального закона № 436-ФЗ, и обозначенная текстовым предупреждением в виде словосочетания «для детей старше 16 лет» может распространяться без применения декодирующих технических устройств и вышеозначенных ограничений по времени ее распространения.

Не подлежит распространению посредством радиовещания с 4 часов до 23 часов по местному времени информационная продукция, содержащая информацию побуждающую детей к совершению действий, представляющих угрозу их жизни и (или) здоровью, в том числе к причинению вреда своему здоровью, самоубийству; способную вызвать у детей желание употребить наркотические средства, психотропные и (или) одурманивающие вещества, табачные изделия, алкогольную и спиртосодержащую продукцию, пиво и напитки, изготавливаемые на его основе, принять участие в азартных играх, заниматься проституцией, бродяжничеством или попрошайничеством; обосновывающую или оправдывающую допустимость насилия и (или) жестокости либо побуждающую осуществлять насильственные действия по отношению к людям или животным, за исключением случаев, предусмотренных настоящим Федеральным законом; отрицающую семейные ценности и формирующая неуважение к родителям и (или) другим членам семьи; оправдывающую противоправное поведение.

Исключение составляют радиопрограммы, доступ к которым осуществляется исключительно с применением декодирующих технических устройств и демонстрацией знака информационной продукции.

Информационная продукция, отнесенная производителем к информационной продукции, запрещенной для детей и обозначенная текстовым предупреждением в виде словосочетания «запрещено для детей», не может распространяться без применения декодирующих устройств с 4 часов до 23 часов по местному времени.

При размещении анонсов или сообщений о распространении посредством радиовещания информационной продукции, запрещенной для детей, не допускается использование фрагментов указанной информационной продукции, содержащей информацию, причиняющую вред здоровью и (или) развитию детей. Анонсы радиопрограмм, радиопередач, содержащих информацию, причиняющую вред здоровью и (или) развитию детей должны сопровождаться сообщением об этом посредством размещения в них соответствующего знака информационной продукции.

3. При производстве и распространении периодических печатных изданий Знак информационной продукции указывается на первой полосе периодического печатного издания и должен соответствовать самой старшей возрастной категории информационной продукции, распространяемой в данном выпуске периодического печатного издания. В соответствии со ст. 27 Закона РФ «О средствах массовой информации» каждый

выпуск периодического печатного издания должен содержать знак информационной продукции в случаях, предусмотренных Федеральным законом от 29 декабря 2010 года № 436-ФЗ «О защите детей от информации, причиняющей вред их здоровью и развитию».

Обозначение категории информационной продукции знаком информационной продукции и (или) текстовым предупреждением об ограничении распространения информационной продукции среди детей осуществляется с соблюдением требований настоящего Федерального закона ее производителем и (или) распространителем следующим образом: применительно к категории информационной продукции для детей, не достигших возраста шести лет, – в виде цифры «0» и знака «плюс»; применительно к категории информационной продукции для детей, достигших возраста шести лет, – в виде цифры «6» и знака «плюс» и (или) текстового предупреждения в виде словосочетания «для детей старше шести лет»; применительно к категории информационной продукции для детей, достигших возраста двенадцати лет, – в виде цифры «12» и знака «плюс» и (или) текстового предупреждения в виде словосочетания «для детей старше 12 лет»; применительно к категории информационной продукции для детей, достигших возраста шестнадцати лет, – в виде цифры «16» и знака «плюс» и (или) текстового предупреждения в виде словосочетания «для детей старше 16 лет»; применительно к категории информационной продукции, запрещенной для детей, – в виде

цифры «18» и знака «плюс» и (или) текстового предупреждения в виде словосочетания «запрещено для детей».

Знак информационной продукции по размеру не должен быть меньше логотипа издания или шрифтов, используемых на полосе, при этом шрифт знака информационной защиты по начертанию, цвету должен отличаться от основного шрифта и цветных подложек, используемых на первой полосе периодического печатного издания. Выпуск и распространение периодических печатных изданий, специализирующихся на распространении информации общественно-политического или производственно-практического характера, допускается без размещения знака информационной продукции.

4. При производстве и распространении сетевых изданий Знак информационной продукции указывается на главной странице сетевого издания и должен соответствовать самой старшей возрастной категории информационной продукции, распространяемой в данном выпуске. Обозначение категории информационной продукции знаком информационной продукции и (или) текстовым предупреждением об ограничении распространения информационной продукции среди детей осуществляется с соблюдением требований настоящего Федерального закона ее производителем и (или) распространителем следующим образом: применительно к категории информационной продукции для детей, не достигших возраста шести лет, – в виде цифры «0» и знака «плюс»; применительно к катего-

рии информационной продукции для детей, достигших возраста шести лет, – в виде цифры «6» и знака «плюс» и (или) текстового предупреждения в виде словосочетания «для детей старше шести лет»; применительно к категории информационной продукции для детей, достигших возраста двенадцати лет, – в виде цифры «12» и знака «плюс» и (или) текстового предупреждения в виде словосочетания «для детей старше 12 лет»; применительно к категории информационной продукции для детей, достигших возраста шестнадцати лет, – в виде цифры «16» и знака «плюс» и (или) текстового предупреждения в виде словосочетания «для детей старше 16 лет»; применительно к категории информационной продукции, запрещенной для детей, – в виде цифры «18» и знака «плюс» и (или) текстового предупреждения в виде словосочетания «запрещено для детей». Знак информационной продукции должен располагаться в верхней части главной страницы, по размеру должен быть не меньше 75 % от заголовка второго уровня или не меньше размеров шрифта основного текста с применением полужирного начертания, или не меньше 20 % от основной информационной колонки. По цвету знак информационной продукции должен соответствовать или быть контрастным цвету заголовка издания.

Новостная лента знаком информационной продукции не маркируется. Не маркируются комментарии и (или) сообщения, размещаемые по своему усмотрению

читателями сетевого издания на сайте такого издания. К зарегистрированным до 10 ноября 2011 года (до вступления в силу Федерального закона от 14 июля 2011 года № 142-ФЗ) электронным периодическим изданиям, распространяемым в информационно-коммуникационной сети Интернет, применяются те же правила, что и к сетевым изданиям.

5. При производстве электронных периодических изданий, распространяемых на электронных носителях Знак информационной продукции указывается на обложке/футляре носителя и на самом носителе. В остальном применяются те же правила, что и при производстве и распространении периодических печатных изданий. При производстве и распространении продукции информационных агентств Классификация информационной продукции информационного агентства распространяемой по подписке должна до начала ее оборота на территории Российской Федерации осуществляться ее производителем и (или) распространителем самостоятельно. При распространении продукции информационного агентства в открытом доступе в информационно-телекоммуникационной сети Интернет применяются правила установленные для сетевых изданий.

(Опубликовано: 5 сентября 2012 г. на сайте «Российской Газеты», <http://www.rg.ru/2012/09/05/informacia-site-dok.html>)

В ВДЦ «Орленок» состоялся VII Всероссийский открытый форум детского и юношеского экранного творчества «Бумеранг»

В дни Форума кафедрой информационных технологий в образовании Института развития образования Кировской области были проведены курсы повышения квалификации педагогов России по теме «Информационные технологии в образовании. Медиаобразование в общем, профессиональном и дополнительном образовании». Учредители и организаторы Форума: Министерство образования и науки РФ, Министерство спорта, туризма и молодежной политики РФ, Министерство культуры РФ (Департамент кинематографии), Федеральное агентство по делам молодежи, Межрегиональная общественная организация «Детское медийное объединение «Бумеранг», Госфильмофонд РФ, Всероссийский детский центр «Орленок», Лига юных журналистов, Творческое объединение ЮНПРЕСС при поддержке профильных творческих союзов и Общероссийской общественной организации «Национальный благотворительный фонд». Президентский совет форума: заслуженный деятель искусств России, кинорежиссер В.А. Грамматиков, президент Лиги юных журналистов А.Я. Школьник, генеральный директор ВДЦ «Орленок» А.В. Джеус.

Форум «Бумеранг» объединил финалистов 19 фестивалей детского и юношеского творчества, проходивших в 2012 году, среди которых «Весенняя капель» (Липецк), «Волга-Юнпресс» (Тольятти), «Встречи на Вятке» (Киров), «Мир глазами детей» (Старый Оскол), «Московский кораблик мечты» (Москва), «Десятая Муза в Пензе», «Петербургский экран» (Санкт-Петербург), «Десятая

муза» (Анапа), «Слово молодёжи» (Нелидово), «Жар-птица» (Новосибирск), «Детское кино – детям!» (Тверь), «Улыбка радуги» (Киров), «Распахни глаза!» (Новокузнецк), «Пробный шар» (Приморский край), «Волжские встречи» (Чебоксары), «Тушите свет!» (Нарва, Эстония).

В «Орлёнок» приезжали 360 мальчишек и девчонок из Архангельской, Амурской, Белгородской, Воронежской, Волгоградской, Ивановской, Кемеровской, Костромской, Кировской, Липецкой, Ленинградской, Московской, Нижегородской, Новосибирской, Орловской, Оренбургской, Пензенской, Саратовской, Самарской, Свердловской, Тверской, Тамбовской, Томской, Тульской, Челябинской областей, Республики Башкортостан, Дагестан, Северной Осетии, Удмуртии, Чувашии и Марий-Эл, Алтайского, Пермского, Красноярского, Краснодарского, Хабаровского, Камчатского, Приморского края, Омска, Владивостока, Иркутска, Санкт-Петербурга и Москвы.

Ребята, обучающиеся в творческих студиях, телевизионных мастерских, кино- и фотолабораториях, собирались во Всероссийском детском центре, чтобы перенять опыт у известных кинематографистов, тележурналистов и деятелей культуры, которые проводили с ними мастер-классы, круглые столы и творческие встречи, просматривали юношеские работы, совместно снимали фильмы и телепрограммы. Российские мэтры культуры и искусства поделились с орлятами своим опытом в различных направлениях визуальных искусств на многочисленных мастер-классах и практикумах: ре-

жиссура – кинорежиссёры В. Грамматиков, В. Волков, О. Штром; операторское мастерство – оператор и режиссёр А. Антипенко; актёрское мастерство – актёры В. Кошевой, А. Яновская; документальное кино – режиссёр документального кино С. Мирошниченко; анимация – режиссёр-аниматор Д. Лазарев; тележурналистика – актёр, телеведущий А. Лысенков, журналист Е. Кривцов, сценарист, ведущая Л. Кривцова, телеведущий Д. Борисов; телесериалы для подростков – продюсер, редактор кино А. Когатько; исторические беседы – д.и.н., профессор Н. Басовская; вечные ценности национальной музыкальной культуры – музыковед, заслуженный деятель искусств РФ С.В. Виноградова, пианист, лауреат многочисленных музыкальных премий А. Набиулин. В течение смены дети снимали игровое кино, создавали короткометражные фильмы, проводили ток-шоу, выпускали газету, освещали новости Форума на телеканале «Орлёнок-TV», радиостанции «Орлёнок-FM» и в сети Интернет.

На протяжении многих лет большую работу, направленную на развитие медиаобразования, подготовку юных кинематографистов и журналистов области проводит Институт развития образования Кировской области, кафедра информационных технологий в образовании и другие подразделения. В 2012 году, впервые, кафедрой информационных технологий в образовании ИРО Кировской области для педагогов России в дни Форума были проведены очно-дистанционные курсы повышения квалификации по теме «Информационные технологии в образовании. Медиаобразование в общем, профессиональном и дополнительном образовании». Куратор курсов –

член Ассоциации кинообразования и медиапедагогике России М.В. Кузьмина.

Участниками курсов стали педагоги и руководители структурных подразделений из Москвы, Екатеринбург, Липецка, Новосибирска, Перми, Ярославля, Архангельской, Новосибирской, Свердловской, Тверской областей, Приморского края, г. Улан-Удэ Республики Бурятия, г. Йошкар-Ола Республики Марий Эл, г. Якутска Республики Саха (Якутия), Ямало-ненецкого национального округа.

В процессе курсовой подготовки были рассмотрены вопросы, связанные с историей и стратегией развития российского медиаобразования, изучались облачные технологии и основы организации дистанционного обучения для педагогов и учащихся. Для обучающихся в очной форме зав. кафедрой журналистики и медиаобразования Московского государственного гуманитарного университета имени М.А. Шолохова, кандидатом филологических наук И.В. Жилавской был проведен семинар по теме «Новые тенденции в современном медиаобразовании: идеи, понятия, технологии».

Актуальность идеи комплексного обучения в одно и то же время и детей и взрослых, которая была апробирована в Кировской области в июле 2012 г., была одобрена многими педагогами регионов, участвовавших в обучении. Многие вопросы, которые изучались в процессе курсовой подготовки взрослых, были интересны детям, в то же время, взрослые становились активными участниками мастер-классов для детей.

Опыт проведения очно-дистанционного обучения по курсу «Информационные технологии в обра-

зовании. Медиаобразование в общем, профессиональном и дополнительном образовании», включающему новые перспективные вопросы, привлек внимание, как педаго-

гов, так и администраторов, активно внедряющих новые информационные технологии.

(Подробнее на сайте <http://krcdo.ru/>.)

**Исследование медиаобразования и медиаграмотности в Европе (European Media Literacy Education Study – EMEDUS):
совещание группы экспертов EMEDUS 8–9 ноября 2012 года
в Барселоне**

Это исследование направлено на изучение концептуальных основ и практики медиаобразования и медиаграмотности по всем государствам-членам Европейского Союза в целях продвижения медиаграмотности/медиакомпетентности. Исследование будет способствовать пониманию медиаграмотности: Анализ СМИ, внедрение медиаобразования в национальные учебные программы; анализ медиаобразования учителей, медиаобразовательных ресурсов, навыков и умений и их актуальность; исследование неформального обучения и средств массовой информации; содействие гармонизации инструментов измерения навыков и умений, используемых различными областями образования; получение рекомендаций для поддержания образовательной политики на национальном и европейском уровнях; распространение результатов исследований в широкой сети заинтересованных сторон, участвующих в процессе медиаобразования по всей Европе.

Проект предусматривает, в частности, создание группы международных экспертов с подтвержденным опытом в работе в сфере медиаобразования.

Список экспертов European Media Literacy Education Study – EMEDUS):

Aguaded Gomez, Ignacio – Universidad de Huelva, Spain;
Bevort, Evelyne – CLEMI, France;
Carlsson, Ulla – Nordicom, Goteborg University, Sweden;
Colombo, Fausto – Università Cattolica del Sacro Cuore, Italy;
Fedorov, Alexander – Russian Association for Film and Media Education, Russia;
Frau Meigs, Divina – Université Paris 3-Sorbonne, France;
Gai, Vladimir – International Eurasian Academy of Radio and TV;
Grafe, Silke – Ruhr-Universität Bochum, Germany;
Grizzle, Alton – UNESCO;
Labourdette, Nathalie – European Broadcasting Union, Europe;
Lampert, Claudia – Hans Bredow Institute, Germany;
Millwood Hargrave, Andrea – International Institute of Communication, UK;
Parola, Alberto – University of Turin, Italy;
Reia, Victor – Head of Research in Film Studies, CIAC Research Center, Portugal;
Torrent, Jordi – United Nations Alliance of Civilizations;
Matteo Zacchetti – European Commission;
Valcke, Peggy – Catholic University of Leuven, Belgium;

Varis, Tapio – Faculty of Education, University of Tampere, Finland.

Партнеры: **Jose Manuel Tornero** (UAB), **Laszlo Hartai** (OFI/HIERD), **Marco Ricceri** (EURISPES), **Manuel Pinto** (MoU), **Andrej Skolkai** (Skamba), **Barbara Kedzierska** (PUK) and

Paolo Celot (EAVI), а также представители Еврокомиссии.

<http://www.mediamentor.org/en/content/european-media-literacy-education-study-emedus>
<http://www.emedus.org>

Украина: новости медиаобразования

4–6 октября 2012 года Академия Украинской Прессы в партнёрстве с Институтом инновационных технологий и содержания образования Министерства образования и науки, молодежи и спорта Украины и Крымским отделением Ассоциации деятелей кинообразования и медиапедагогике Украины провели первый тренинг из серии «Основы медиаобразования: аудиовизуальная культура» в Севастополе. В тренинге приняли участие 18 учителей средних школ Крыма, которые задействованы во внедрении медиаобразования. Тренерами выступили: Е.В. Куценко, Председатель Крымского отделения Ассоциации деятелей кинообразования и медиапедагогике Украины, В.Ф. Дубровский, доцент Севастопольского городского гуманитарного университета – выпускник Первой школы по медиаобразованию, Ю.А. Голодникова, доцент ТНУ имени В.И. Вернадского, А.С. Васина, ассистент Киевского национального университета театра, кино и телевидения имени И.К. Карпенко-Карого, художник-мультипликатор. Проект реализован благодаря поддержке Программы У-медиа.

22–23 октября 2012 года Академия Украинской Прессы в партнёрстве с Институтом инновационных технологий и содержания образова-

ния Министерства образования и науки, молодежи и спорта Украины и Днепропетровским областным институтом последипломного педагогического образования провели семинар-практикум «Как создать современную школьную газету» в Днепропетровске. Участниками тренинга стало более 20 учителей средней школы, которые занимаются внедрением медиаобразования и являются кураторами школьных газет из Запорожской и Днепропетровской областей. Тренером выступил медиатренер и медиаконсультант, член Совета Директоров Украинской ассоциации издателей периодической прессы Сергей Чернявский. Проект реализован благодаря поддержке Программы У-медиа.

5–6 ноября 2012 года Академией Украинской Прессы в партнёрстве с коммунальным высшим учебным заведением «Харьковская академия непрерывного образования» и Институтом инновационных технологий и содержания образования в рамках сотрудничества по реализации «Концепции внедрения медиаобразования в Украине» и Программы опытно-экспериментальной работы Харьковской академии непрерывного образования на 2012–2018 гг. «Научно-методические основы внедрения медиаобразования в систему рабо-

ты учебных заведений Харьковской области» был проведен научно-практический семинар «Основы медиаобразования: аудиовизуальная культура».

Программой семинара было предусмотрено обсуждение следующих вопросов:

- медиаобразование: перспективы и задачи;

- научно-методическое сопровождение опытно-экспериментальной работы в общеобразовательных учебных заведениях по вопросам внедрения медиаобразования;

- методические аспекты создания современных мультимедийных презентаций;

- история экрана: история языка – история восприятия: анимация. Основы создания анимационного фильма. Технология съемки и монтажа. Создание анимационной студии в школе.

По указанным вопросам прошел практикум по созданию презентаций для иллюстрации медиаобразовательных занятий и проведения занятий по изготовлению анимационной продукции. Семинар завершился круглым столом с обсуждением проблем интеграции медиаобразования в учебно-воспитательный процесс учебных заведений.

Тренерами научно-практического семинара были: А.Ю. Кравченко, проректор по научной и экспериментальной работе, заведующий кафедрой управления качеством образования Коммунального высшего учебного заведения «Харьковская академия непрерывного образования», кандидат педагогических наук, научный руководитель программы

опытно-экспериментальной работы по теме: «Научно-методические основы внедрения медиаобразования в систему работы учебных заведений Харьковской области»; Г.А. Дегтярева, доцент секции методики преподавания языков и литературы кафедры методики общественно-гуманитарных дисциплин коммунального высшего учебного заведения «Харьковская академия непрерывного образования», кандидат педагогических наук, научный руководитель программы опытно-экспериментальной работы по теме: «Научно-методические основы внедрения медиаобразования в систему работы учебных заведений Харьковской области»; Н.В. Житенева, доцент кафедры информатики Харьковского национального педагогического университета имени Г.С. Сковороды, кандидат педагогических наук; Л.К. Сторожук, доцент Харьковской государственной академии дизайна и искусств, заслуженный деятель искусств Украины, художник-карикатурист, член Харьковского отделения Национального союза художников Украины, Лауреат Международных выставок карикатуры, руководитель мульт/телестудии «Комикс».

В семинаре приняло участие 20 педагогических работников из учебных заведений Харьковской области.

Проведение семинара стало возможным благодаря поддержке, предоставленной через Агентство США по международному развитию (USAID) и программу «У-Медиа» ИнтерньюсНетворк.

11 ноября 2012 года в Воронеже состоялось открытие мемориальной доски выдающегося медиапедагога и киноведа Сталя Никаноровича Пензина

11 ноября 2012 года в воронежском кинотеатре «Пролетарий» состоялось открытие памятной доски видному киноведущему, одному из зачинателей российского медиаобразования, автору замечательных книг по киноискусству и медиапедагогике, известному организатору киноклубного движения в нашей стране Сталю Никаноровичу Пензину (1932–2011).

Человек энциклопедических знаний, Сталь Никанорович ставил задачи, которые сейчас обретают государственное звучание, в частности, в Министерстве культуры разрабатывается программа по организации показа в общеобразовательной школе 100 лучших фильмов.

Торжественный митинг открыл Ученый секретарь Совета ректоров вузов воронежской области доцент Владимир Листенгартен. На церемонии выступали Альбина Борисовна Смирнова – жена, постоянный редактор и соратник Сталя Пензина; профессор ВГУ Тамара Дьякова; руководитель киноклуба из Нововоронежа Игорь Кузеванов; профессор Юрий Полевой, известный воронежский политик и правозащитник Олег Берг; журналист Елена Рагозина; контент-менеджер сайта stalpenzin.ru Михаил Гуревич. Была представлена книга «Другой рядом с тобой» (Составитель В. Гааг).

В отделе краеведения областной библиотеки имени И.С. Никитина открылась книжно-иллюстративная выставка «Историк кино: 80 лет со дня рождения С.Н. Пензина». Воронежские СМИ – телевидение и газеты: «Коммуна», «Воронежский курьер», «Молодой коммунар», «Воронежская

неделя», и другие откликнулись на юбилей публикациями воспоминаний об ученом, сыгравшем большую роль в культурной жизни города.

В 1973 году кандидат искусствоведения С.Н. Пензин основал в Воронежском госуниверситете киноклуб, который в 1975 году в полном составе вошел в городской клуб «Друзья десятой музы», действующий в кинотеатре «Пролетарий» с 1965 года (один из первых киноклубов в СССР). С.Н. Пензин стал научным руководителем этого клуба. Позже под его руководством были созданы киноклубы в Доме актера, в педагогическом институте (ныне – Воронежский педагогический университет), в домах культуры воронежских предприятий. Он был президентом Воронежского киноvideоцентра им. В.М. Шукшина, входящего в Федерацию киноклубов РФ. Со своими единомышленниками привозил в город фильмы, которые в то время увидеть в нашей стране было немыслимо.

Созданные им киноклубы со временем превратились в уникальную воронежскую систему кинообразования. Любители становились ценителями и знатоками киноискусства, учились анализировать фильмы, видеть в кино не только сюжет, но и широкий спектр выразительных средств, работу монтажеров, художников, композиторов. Учились выбирать фильмы, ориентируясь на имя режиссера.

Сталь Никанорович умел вовлечь в дискуссию о фильме, он не навязывал свое мнение, а учил мыслить самостоятельно – в этом заключался один из талантов педагога,

умеющего расшевелить зрителей, так выстраивая акценты, что не запомнить его идеи было невозможно.

«В те уже далекие семидесятые он нащупал на воронежской почве чуть ли не единственную возможность публичной трибуны, он открыл школу, где провозглашались ценности свободомыслия и прав человека. На фоне казённой идеологии, которую никто ни на йоту не воспринимал, но вынужден был поглощать на всяких собраниях и совещаниях в огромных количествах, сообщения, замечания и комментарии Сталя Никаноровича на занятиях киноклуба, сама его подборка фильмов и сами фильмы языком киноискусства смущали, приводили в замешательство, выводили из оцепенения, демонстрировали неожиданный взгляд на сущее и в конечном итоге освобождали человека», – пишет в «Воронежской неделе» Алексей Горбунов. – Несомненно, что роль С.Н.Пензина в культурной жизни Воронежа, и вообще в жизни города, огромна. А ведь, несмотря на прижизненные статьи, грамоты, дипломы, а также посмертные публикации, роль эта оценена очень мало».

За пределами же Воронежа, напротив, идеи медиапедагога известны и творчески используются. С.Н. Пензин работал в соавторстве с профессором Тверского университета

Олегом Барановым. Вел дружескую переписку с профессорами Тамбовского госуниверситета Валерием Монастырским и Таганрогского государственного педагогического института имени А.П. Чехова Александром Федоровым. Доценты Таганрогского государственного педагогического института имени А.П. Чехова Ирина Челышева и Елена Мурюкина ведут практическую работу со школьниками, во многом опираясь на труды С.Н. Пензина. Его книги помогли Александру Люлюшину создать в Липецке клуб любителей авторского кино «Ностальгия». Ирина Кранк, руководившая в Ростове-на-Дону кинотеатром «Буревестник», во многом повторившем печальную судьбу воронежской «Юности», продолжает подвижническую деятельность, используя в своей работе методологические принципы С.Н. Пензина.

Исправить досадный перекося в оценке личности ученого и педагога призвана, в частности, работа сайта stalpenzin.ru. Цель создания сайта – собрать, сохранить, систематизировать и представить в удобном для использования виде творческое наследие Сталя Никаноровича Пензина.

Л. Келова,

зав. сектором художественной литературы библиотеки ВГПУ



ИСТОРИЯ МЕДИАОБРАЗОВАНИЯ

Media Education History

Фильм в работе учителя (небольшой исторический экскурс)

**Д.И. Игнатьев,
преподаватель биологического факультета
Тверского государственного университета**

Аннотация. Статья посвящена краткому историческому обзору учебного кинематографа и использованию учебного кино в работе учителя.

Ключевые слова: учебный фильм, научно-популярный кинематограф, медиаобразование.

The film in work of the teacher (small historical digression)

**D.I. Ignatiev,
teacher of biology faculty Tver State University
danilaignatiev@yandex.ru**

Abstract. Article is devoted to the short historical review of an educational cinema and use of educational cinema in work of the teacher.

Keywords: educational film, educational cinema, media education.

В русском научно-популярном кинематографе существует одна интересная, но подзабытая страница истории – становление и развитие учебной кинематографии. Сегодня учебные фильмы привычное средство обучения. Главное качество, благодаря которому они приобрели популярность – это их особая выразительность, возможность передать на экране те процессы и явления, которые недоступны для прямого восприятия.

Первые фильмы такого рода появились в начале века в университетах и лабораториях, их производством занимались ученые-энтузиасты [Черепинский, 1989]. Эти ленты еще не были рассчитаны на использование в школе. Причин тому две: 1) показ носил массовый характер, т.к. не была разработана методика применения учебных кинофильмов; 2) отсутствие киноустановок во многих школах, с помощью которых можно было бы демонстрировать фильм классу.

Эти проблемы решались двумя путями: созданием просветительских кинотеатров и системой специального кинопроката, которая поддерживалась сначала меценатами, а затем и государством и просуществовала весь советский период. Были освоены цейтраферная (сверхзамедленная), рапид- и микросъемка (впервые использовалась при создании фильма «Туфелька» (режиссер В.Н. Лебедев) [Васильков, 1967; Черепинский, 1989; Федоров, Челышева, 2002].

В 1912 г. (1-й выпуск) и в 1914 г. (2-й выпуск) М. Алейников издал каталог «Разумный кинематограф», где было собрано около 1200 видовых фильмов длительностью 5-7 мин. [Алейников, 1912, 1914] каждый. Первые учебные киноленты, которые можно было использовать на уроках, создавались путем перемонтажа уже существующих. Но вопрос о создании специальных фильмов для школы стоял все еще остро.

В 1920-е годы отечественная научно-популярная кинематография развивалась под влиянием немецкой кинокультуры (Аборт, 1924; Больные нервы, 1930). Но в 1922 в Петрограде прошло первое совместное заседание работников государственной кинематографии, которое утвердило план работы по введению в учебные заведения кино как учебного пособия. Вышла директива по организации кинодела в стране. Эти события послужили отправной точкой, которые дали стимул для развития кинематографии и учебного кино, в частности.

В 1925 году В. Пудовкин при непосредственном участии И.П. Павлова снял фильм «Механика головного мозга». В начале 1930-х были соз-

даны тресты, при которых был цех по производству кинофильмов для школ. К 1940 году таких организаций насчитывалось 24, они выпустили 138 фильмов для 5–7 классов. Наиболее крупными были: Мостехфильм (25 фильмов), Лентехфильм (16 фильмов), Сибтехфильм (12 фильмов). Параллельно выпускалась и совершенствовалась школьная кинотехника (аппараты УП-2 и 16-НП); фильмы переводились на узкую пленку; появился звук. К примеру, общее число учебных фильмов по школьному курсу биологии составляло 32 киноленты [Киселев, Полонский, 1940; Иванова, 1961]. Большинство из них уже были адаптированы к отдельным разделам школьного курса.

Основной акцент в содержании учебного кино делался на продвижение идеи политехнизма, которая нашла свое отражение в кинолентах через практическое использование окружающей среды [Гельмонт, 1933; Пьянова, 1958]. Были применены новые виды съемок, сочетавшие в себе длительные наблюдения за живыми объектами и эксперименты. При каждой школе организовывались кинопедагогические кабинеты, основной задачей которых было ведение фильмотеки (наличие картотеки и специальной литературы, составление фильмокартотечных листов и т.д.). Фильмы, предусмотренные программой, могли использоваться в готовой форме, или учитель мог сам, зная технику монтажа и приемы работы с киноаппаратурой, сделать соответствующие видеофрагменты к уроку [Сухаребский, Ширвиндт, 1930; Винтман, 1949; Павлович, 1949]. Но, как правило, за показ на уроке отвечал ученик. Если

же учитель не имел навыков работы с киноаппаратурой, или в школе не было кинопедагогического кабинета, то организационная часть подготовки к киноуроку проходила по следующей схеме [Полонский, 1934]:

1) организация получения фильма в школу из системы кинопроката;

2) организация его просмотра самим педагогом или коллективом педагогов;

3) техническое оборудование педагогического процесса, согласно методической разработке;

4) установление точной договоренности с киномехаником о технике демонстрации фильма.

Появление первых работ, посвященных дидактическим требованиям к применению учебного кино в школе, относится к 1933 году, когда вышел сборник публикаций «Учебное кино», где уже в первых номерах были опубликованы основные требования, предъявляемые к показу кинокартин такого рода.

В послевоенные годы учебный кинематограф отделился от научно-популярного, а научно-популярного кино стало использовать элементы игрового (эта тенденция была связана с тем, что государство объявило своей задачей создание фильмов для широкого зрителя). Но, несмотря на сложившуюся ситуацию, учебное кино продолжало активно развиваться и применяться в школах. Это было связано не только с развитием методики применения учебного кино и выходом соответствующих постановлений Министерства просвещения, но и с тем, что в 1954 году в минимум типового оборудования всех школ страны был включен звуковой узкоплечный киноаппарат. Повсеместно отмечался рост

числа уроков с использованием учебных кинофильмов в процессе обучения (с 4895 уроков в 1946 г. до 23363 уроков в 1950 г.) [Кащенко, 1951].

В 1951 году Б.П. Кащенко разработал первую классификацию учебных фильмов относительно методических особенностей:

- обзорные (общий обзор научных данных по отдельным темам; показ либо в начале, либо в конце проработанной на уроках темы);

- монографические (краткое описание какого-либо явления; рассчитаны на демонстрацию на одном уроке);

- односюжетные (показываются отдельные части какого-либо процесса или явления; используются на уроке наряду с другими пособиями);

- инструктивные (инструкционные указания для учащихся перед экскурсиями в природу, в лабораторию и др.; цель таких фильмов – подготовка учащихся к усвоению практических навыков).

Попытки обосновать научно-педагогические требования к учебному фильму были предприняты А.М. Гельмонтом, С.И. Архангельским и Л.П. Прессманом [Гельмонт, 1961 а,б; Архангельский, 1963; Прессман, 1979; Зазнобина, Прессман, 1985; Дидактические..., 1987]. Они сводились к следующим положениям, которые и сегодня не потеряли своей актуальности:

- учебный фильм должен занимать свое определенное место на уроке при изучении данной конкретной темы;

- учебный фильм должен служить формированию у учащихся систематических прочных и осмысленных на-

учных знаний, понятий, законов, теорий, умений применять их в жизни;

- предоставляемая информация должна быть научно достоверна, соответствовать современному состоянию науки. Учебный фильм должен содействовать ознакомлению учащихся с приемами и методами научного познания;

- содержание, объем и глубина фильма должны соответствовать программе изучения данного предмета. Отклонение от программы делает затруднительным применение учебного кинофильма, что приводит к усложнению содержания и непониманию со стороны учащихся;

- учебный кинофильм должен, кроме образовательных задач, решать задачи нравственного и эстетического воспитания учащихся;

- содержание фильма и его изобразительный материал должны быть предельно конкретны, рассматривать определенную узкую предметную область;

- учебные фильмы могут давать полное изложение вопросов ученой программы, либо ограничиваться освещением отдельных ее компонентов;

- учебный фильм должен быть рассчитан на один урок. Демонстрация должна носить фрагментарный характер. Урок не должен превращаться в кинопоказ и не доходить до уровня развлекательности;

- учебный фильм должен способствовать применению новых прогрессивных методов и организационных форм обучения и воспитания, служить повышению качества и эффективности педагогического труда;

- изобразительный материал и дикторский текст должны соответствовать возрасту учащихся, уровню

их развития, степени подготовленности, уровню работоспособности. Речевой и музыкальный ряды должны помогать восприятию и пониманию изображений;

- материал должен предъявляться в строго логической, живой и эмоциональной форме. Впечатление от фильма должно направлять интересы учащихся к работе в области данного предмета изучения, а не отвлекать их внимание;

- в учебном фильме не должно быть никаких словесных утверждений, не подтверждаемых показом соответствующих кадров;

- учебный кинофильм должен отражать жизнь в движении и развитии, поэтому необходимо, чтобы большое количество материала было динамичным;

- широкое применение должны иметь методы раскрытия сущности явления или процесса с помощью средств научной кинематографии. Применение этих средств, помимо учебного значения, вызывает пытливость и активный интерес к средствам изучения научных феноменов;

- в учебных фильмах необходимо применение цветных изображений. Не следует создавать богатой гаммы красок там, где это не диктуется задачами дидактики. Цвет должен служить научному анализу, как и другие средства;

- формы изложения материала могут быть разнообразными: лекция, рассказ, экскурсия, лабораторная работа и др.;

- при использовании учебного фильма на уроке должны применяться всевозможные задания, которые будут ориентированы на более прочное усвоение информации

из фильма и ее последующее закрепление.

В 1958 году началась реформа образования. В учебной кинематографии остро встал вопрос о доступности и наглядности материала. Эти вопросы были не новыми, но в 1960-х, когда учебный фильм должен был базироваться на твердом отношении к той или иной моральной проблеме, это было актуально. Предпосылкой к этому по праву можно считать фильм В. Пудовкина «Механика головного мозга», который показал, что простое фиксирование на пленку научного опыта может быть неправильно воспринято аудиторией [Архангельский, 1963].

К 1960 г. в кинофонде Министерства просвещения СССР насчитывалось свыше 100 фильмов (по школьному курсу биологии): ботаника – 35, зоология – 45, анатомия и физиология человека – 16, основы дарвинизма – 10 [Гельмонт, 1958, 1961; Розенштейн, 1989]. Каждый из них имел аннотацию, в которой были изложены краткое содержание, общий метраж, авторский коллектив и др. сведения об издании. Снимались фильмы, сочетающие элементы научности и актерской игры, с включением материалов, непривычных для обычного кино (карт, таблиц, чертежей, формул и др.). С 1969 года росла кинооснащенность сельских и городских школ.

Сегодня на смену пленочным киноаппаратам и диапроекторам пришла цифровая техника. В эпоху компьютеризации многих сфер деятельности человека (особенно сферы образования), массового пользования кабельного телевидения и видеотехники вновь становится актуальной проблема эффективного

применения данных средств в учебно-воспитательном процессе. И по ряду причин заставляет совершенно по-новому взглянуть на данную проблему. Во-первых, многие старые учебные фильмы утратили актуальность содержания в условиях современной школы и новой программы, хотя некоторые фрагменты можно было бы с успехом использовать на уроках. Во-вторых, существует проблема перенесения учебных фильмов с пленки на цифровые носители (хотя это вполне реализуемо). Увы, школа потеряла большую материальную, практическую и методическую кинобазу, служившую примером оснащенности школьного курса, использование которой было дидактически обосновано. В итоге использование фильмов и кинофрагментов в школе свелось к минимуму.

Появление многоканального кабельного и спутникового телевидения, которые предоставляют широкие возможности для просмотра научно-популярных передач, вновь ставят вопрос о создании фильмотек (на современном этапе – руками педагогов) и об использовании готового киноматериала на уроках. Отсутствие специальных кинофильмов по школьному курсу заставляло учителей записывать научно-популярные передачи, которые транслировались по телевидению, и которые потом использовались на уроках. Многие из них отличались высоким качеством, доступностью, наличием интересных и уникальных кадров.

Эта ситуация порождает новые проблемы. Первая из них заключается в том, что при создании кинофильма или кинофрагмента к уроку педагогу приходится осваивать со-

вершенно новую для него технику компьютерного монтажа. Другая проблема – проблема содержательного характера, заключающаяся в том, какой материал должен быть положен в основу видеофильма или видеофрагмента, который потом будет использоваться на уроке по той или иной теме [Морозова, 1991; Гура, 2006].

Став неотъемлемой частью нашей жизни, кинематограф формирует собственную реальность, оказывающую воздействие на мировоззренческие позиции человека, на его интеллектуальное развитие. Использование фильмов в учебном процессе, требует от учителя не только умения с помощью кинопоказа ставить предметную проблему, но значительной суммы знаний в области медиа. Вот почему необходимо создать условия для развития у учащихся навыков грамотной зрительской культуры, включающей в себя аналитические умения и навыки, критический подход и творческое восприятие. И мы полагаем, что современные научно-популярные фильмы несут в себе большой потенциал для формирования зрительского вкуса и медиакультуры, медиакомпетентности.

Литература

- Алейников М.** *Разумный кинематограф (каталог образовательных лент для школьных целей)*. Вып. 1. М., 1912. 88 с. Вып. 2. М., 1914. 148 с.
- Архангельский С.И.** *Элементы теории, техника и методика применения учебного кино в средней и высшей школе*. Л., 1963. 56 с.
- Васильков И.** *Экран и наука*. М.: Знание, 1967. 64 с.
- Винтман А.Б.** *Кино в учебно-воспитательной работе школы*. М.; Л.: Изд-во Акад. наук СССР, 1949. 40 с.
- Гельмонт А.М.** *Как использовать кино в школе // За политехническую школу*. 1933. № 3. С. 93–97.
- Гельмонт А.М.** *Биология // Учебные кинофильмы для школ: аннотированный каталог-справочник*. М., 1958. С. 169–203.
- Гельмонт А.М.** (а) *Кино на уроке*. М.: Изд-во Акад. пед наук РСФСР, 1961. 102 с.
- Гельмонт А.М.** (б) *Школьные учебные фильмы и педагогические требования к ним // Учебный фильм*. 1961. С. 143–155.
- Гура В.В.** *Проблема гуманитарной экспертизы электронных образовательных ресурсов // Экспертиза в современном мире: от знания к деятельности*. М.: Смысл, 2006. С. 424–428.
- Дидактические основы применения экранно-звуковых средств в школе / под ред. Л.П. Прессмана*. М.: Педагогика, 1987. 152 с.
- Зазнобина Л.С., Прессман Л.П.** *Экранно-звуковые средства обучения в школе // Сов. педагогика*. 1985. № 2. С. 29–33.
- Иванова Т.Л.** *Об учебных фильмах по зоологии // Биология в школе*. 1961. № 5. С. 21–24.
- Кащенко Б.П.** *Учебное кино в советской семилетней школе: дис. ... канд. пед. наук*. М., 1951. 251 с.
- Киселев У.А., Полонский М.М.** *Кино в учебной и внеклассной работе школы*. М., 1940. 44 с.
- Морозова Л.Ф.** *Учебные кинофильмы на уроках // Биология в школе*. 1991. № 6. С. 41–43.
- Павлович С.А.** *Учебное кино на уроках естествознания*. Л.: Гос. учеб.-пед. изд-во Мин-ва просвещения РСФСР, 1949. 172 с.
- Полонский М.М.** *Методика и техника киноработы в школе*. М.: Гос. учеб.-пед. изд-во, 1934. 87 с.
- Прессман Л.П.** *Основы методики применения экранно-звуковых средств в школе*. М.: Просвещение, 1979. 176 с.

Пьянова В.И. *Кино на уроках биологии и практикумах по сельскому хозяйству // Кино в школе.* 1958. С. 80–90.

Розенштейн А.М. *Использование средств обучения на уроках биологии.* М.: Просвещение, 1989. 191 с.

Сухаребский Л., Ширвиндт А. *Кинофикация школы.* М.: Теа-Кино-Печать, 1930. 241 с.

Федоров А.В., Челышева И.В. *Медиаобразование в России: краткая история развития.* Таганрог: Познание, 2002. 266 с.

Черепинский С.И. *Учебное кино: история становления, современное состояние, тенденции развития дидактических целей.* Воронеж: Изд-во Воронеж. ун-та, 1989. 168 с.

References

Aleynikov, M. (1912, 1914). *Reasonable cinema (catalog of educational tapes for school aims).* Issue 1. Moscow, 1912. 88 p. Issue 2. Moscow, 1914. 148 p.

Archangelsky, S.I. (1963). *Elements of theory, technique and methodology of use educational cinema in secondary and high school.* Leningrad, 1963. 56 p.

Cherepinsky, S.I. (1989). *Educational cinema: formation history, current state, tendencies of development of the didactic purposes.* Voronezh: Publishing House of Voronezh University, 1989. 168 p.

Didactical bases of use screen and sound means in school / Ed. L.P. Pressman. Moscow: Pedagogic, 1987. 152 p.

Fedorov, A.V., Chelysheva, I.V. (2002). *Media education in Russia: short history of development.* Taganrog: Poznanie, 2002. 266 p.

Gelmont, A.M. (1933). How to use cinema in school. *For polytechnical school.* 1933. № 3. P. 93-97.

Gelmont, A.M. (1958). *Biology. Educational films for schools: annotated catalog directory.* Moscow, 1958, p. 169-203.

Gelmont, A.M. (1961a). *Cinema at a lesson.* Moscow: Publishing House of the Academy of Pedagogical Sciences RSFSR, 1961. 102 p.

Gelmont, A.M. (1961b). *Educational Films for Schools. Учебный фильм.* 1961. P. 143–155.

Gura, V.V. (2006). Problem of humanitarian examination of electronic educational resources. *in Examination in modern world: from knowledge to activity.* Moscow: Smisl, 2006. P. 424–428.

Ivanova, T.L. (1961). About educational films of zoology. *Biology in school.* 1961. № 5. P. 21-24.

Kaschenko, B.P. (1951). *Educational cinema at seven-year school: PhD. Dis.* Moscow, 1951. 251 p.

Kiselev, U.A., Polonsky, M.M. (1940). *Cinema in educational and out-of-class work of school.* Moscow, 1940. 44 p.

Morozova, L.F. (1991). Educational films at lessons. *Biology in school.* 1991. № 6. P. 41–43.

Pavlovich, S.A. (1949). *Educational cinema at natural sciences lessons.* Leningrad: Publishing House of Ministry of Public Education RSFSR, 1949. 172 p.

Pjanova, V.I. (1958). Cinema at biology lessons and workshops on agriculture. *Cinema in school.* 1958. P. 80-90.

Polonsky, M.M. (1934). *Methodology and technique film work in school.* Leningrad: State Educational and Pedagogical Publishing House, 1934. 87 p.

Pressman, L.P. (1979). *Bases of a technique of application of screen and sound means in school.* Moscow: Prosveshchenie, 1979. 176 p.

Rozenstein, A.M. (1989). *Educational Means at biology lessons.* Moscow: Prosveshchenie, 1989. 191 p.

Suhkarebski, L., Shirvindt, A. (1930). *Cinema in school.* Moscow: Theatre-Cinema-Press, 1930. 241 p.

Vasilkov, I. (1967). *Screen and science.* Moscow: Znanie, 1967. 64 p.

Vintman, A.B. (1949). *Cinema in teaching and educational work in school.* Moscow-Leningrad: Publishing House of the Academy of Sciences USSR, 1949. 40 p.

Zaznobina, L.S., Pressman, L.P. (1985). *Screen and sound tutorials in school. Soviet pedagogic.* 1985. № 5. P. 29-33.

**Анализ основных проблем и тенденций развития
светского массового медиаобразования
в сравнении с теологическим медиаобразованием¹**

**А.В. Федоров,
доктор педагогических наук, профессор,
президент Ассоциации медиапедагогике России,
проректор по научной работе
Таганрогского государственного педагогического института
имени А.П. Чехова
mediashkola@rambler.ru**

**А.В. Онкович,
доктор педагогических наук, профессор,
Национальная Академия педагогических
наук Украины, Киев**

Аннотация. В последние годы все сильнее проявляется новое для социокультурного контекста России и Украины явление – взаимодействие медиаобразования и религии. Как хорошо известно, в течение большей части прошлого века религиозные подходы в светском образовании в СССР были практически запрещены. И в то время, когда свободное религиозное развитие народов западных стран уже к началу 1960-х годов привело к созданию теологического течения в медиаобразовании, в СССР контакты церкви и медиа долгие годы были, скорее, конфронтационными. Только в последние двадцать лет российские и украинские педагоги христианского или иного вероисповедования смогли не только свободно выражать свои взгляды, но и публиковать свои труды, касающиеся проблем медиапедагогике, изучать и анализировать зарубежный опыт в области массового и теологического медиаобразования.

Ключевые слова: медиаобразование, религия, Россия, Украина, западные страны.

**Analysis of key issues and trends in the secular mass media
education in comparison to the theological media education**

**Prof. Dr. Alexander Fedorov,
president of Russian Association for Media Education,
vice-rector of Taganrog State Pedagogical Institute,
mediashkola@rambler.ru**

**Prof. Dr. Ganna Onkovich,
Pedagogical Academy of Ukraine, Kiev**

^{*1} Финансирование исследования выполнено при поддержке Министерства образования и науки Российской Федерации в рамках реализации федеральной целевой программы «Научные и научно-педагогические кадры инновационной России» на 2009–2013 годы, соглашение 14.В37.21.2002 по теме «Тенденции развития светского и теологического медиаобразования в России и за рубежом».

Abstract. In recent years more and more apparent to the new sociocultural context of Russia and Ukraine phenomenon - the interaction of media education and religion. As is well known, for most of the last century, religious approaches to secular education in the USSR was almost banned. And at a time when free religious development of the people of Western countries by the early 1960s led to the creation of the theological trends in media education in the USSR contact the church and the media for years have been rather confrontational. Only in the last twenty years, the Russian and Ukrainian teachers of the Christian religion or that were not only able to express their views, but also to publish their works on issues related to media education, research and analyze foreign experience in the field of mass media education and theological.

Keywords: media education, media competence, Religion, Russia, Ukraine, the Western countries.

Западные страны (особенно Канада, Австралия, Великобритания, Франция, Германия, Норвегия, Швеция) в последние годы активно развивали исследования и медиаобразовательные программы на уровне средней и высшей школы.

При этом заметно всё возрастающее влияние трудов англоязычных медиапедагогов на общую ситуацию медиаобразования. С 1990-х годов зарубежное влияние в медиаобразовании стало ощутимым и в таких странах как Россия и Украина.

В 1960–1980-х годах в России было опубликовано немало книг, статей, исследований, посвященных проблемам массового образования на материале различных видов медиа (Л.М. Баженова, О.А. Баранов, А. Бондаренко, Л.С. Зазнобина, И.С. Левшина, В.А. Монастырский, С.Н. Пензин, Г.А. Поличко, Л.П. Прессман, А.В. Спичкин, Ю.Н. Усов, А.В. Федоров, Н.Ф. Хилько, А.В. Шариков и др.). Поток медиаобразовательных исследований усилился особенно со времени радикального изменения политической и социально-экономической жизни в России (со второй половины 1980-х, а потом – с начала 1990-х годов, когда страна стала постепенно переходить к рыночной экономике, и в полной мере ощутила на себе глобальную экспансию аме-

риканской медиакультуры, прежде всего, аудиовизуальной).

В течение последних десятилетий опубликованы исследования, затрагивающие проблемы медиаобразования студентов и школьников (в России: Л.М. Баженова, А. Баранов, Е.А. Бондаренко, В.В. Гура, И.В. Жилавская, А.А. Журин, Л.С. Зазнобина, Л.А. Иванова, Н.Б. Кириллова, И.С. Левшина, В.А. Монастырский, Е.В. Мурюкина, С.Н. Пензин, Г.А. Поличко, А.В. Спичкин, Ю.Н. Усов, И.А. Фатеева, А.В. Федоров, Н.Ф. Хилько, И.В. Челышева, А.В. Шариков и др.; в Украине: В.Ф. Иванов, А.В. Онкович, Б.В. Потятиник и др.; в Британии: С. Bazalgette, D. Buckingham, A. Hart, L. Masterman и др.; в Германии: S. Aufenanger, B. Bachmair, S. Blumeke, H. Niesyto и др.; во Франции: E. Bevort, J. Gonnet, G. Jacquinet и др.; в Канаде: B. Duncan, J. Pungente, C. Worsnop и др.; в США: D. Considine, R. Kubey, R. Hobbs, A. Silverblatt, K. Tyner и др.). Однако ни одно из этих исследований не претендовало на создание целостной картины сравнительного анализа базовых моделей светского и теологического медиаобразования.

Бесспорно, некоторые западные исследователи, такие как Э. Харт (Hart, 1998), К. Бэзэлгэт (Bazalgette, Bevort, Savino, 1992), Б.Туфте (Tuftte,

1999), Э. Бевор (E. Bevort), Ж. Жакино (G. Jacquinot), Б. Бахмайер (B. Bachmair), неоднократно обращались к сравнительному анализу процессов медиаобразования в различных странах. Однако эти работы, как правило, ограничивались изучением медиаобразования в ведущих западных государствах, не затрагивая проблемы развития медиапедагогики в России и Украине. Здесь можно выделить, например, работы Б. Туфте «Медиаобразование в Европе» [Tuftte, 1999] и мэтра мировой медиапедагогики Л. Мастермана [Masterman, 1997], где сделан краткий обзор основных медиаобразовательных тенденций, однако, опять-таки - без анализа медиаобразования в России и в странах СНГ и без компаративного анализа светских и теологических моделей массового медиаобразования.

Правда, в начале XXI века были опубликованы статьи американских исследовательниц Б.Р. Барк и Дж. Юн, касающаяся развития массового медиаобразования в России [Burke, 2008; Yoon, 2009]. К сожалению, не владея русским языком, эти авторы, на наш взгляд, не смогли в должной мере проанализировать российские тенденции развития медиапедагогики. Однако уже сам факт появления такого рода статей заслуживает внимания и поддержки.

Значительные политические, экономические, социокультурные перемены, произошедшие в российском обществе за последние четверть века, весьма существенно отразились на массовом медиаобразовании в России и Украине, активно использующих теперь мировой медиаобразовательный опыт [Шариков, 1990; Спичкин, 1999; Федоров, 2001; 2004; Fedorov, 2003]. При этом наш анализ литературы по проблемам медиаоб-

разования выявил значительную степень разрозненности исследований в данной области.

Россия в течение последних лет была одним из европейских лидеров в области медиаобразования, что подтверждается и опросом экспертов разных стран, проведенным в 2003 году [Fedorov, 2003]. Массовое медиаобразование в России во многом опирается на опыт кинообразования, убедительный анализ методологических подходов которого был сделан С.Н. Пензиным [Пензин, 1987] еще в 1980-е годы. Отметим, что в отличие от западных подходов к медиаобразованию (семиотического, культурологического, протекционистского, «развития критического мышления/автономии» и т.д.), российская медиапедагогика в течение многих десятилетий – вплоть до 1990-х годов – базировалась на эстетическом подходе [Усов, 1989, с. 5–19].

Ключевой фигурой российского медиаобразования 1970-х – 1990-х годов, вероятно, можно считать Ю.Н. Усова (1936–2000), возглавлявшего лабораторию при Институте художественного образования Российской академии образования. Именно Ю.Н. Усову принадлежит первенство в подробной и поэтапной разработке медиаобразования школьников с учетом специально разработанной модели развивающего обучения [Усов, 1989, с. 185–196] – развития творческой личности учащегося в плане аудиовизуального восприятия, воображения, зрительной памяти, интерпретации, анализа, самостоятельного, критического мышления и т.д.

Российское медиаобразование включает в себя и аспект высшей школы. К примеру, разработаны концепции медиаобразования педагогов, включая методику подготовки

студентов педвузов к медиаобразованию школьников [Федоров, 2001; 2004; 2006 и др.].

В начале 1990-х годов в России стали появляться исследования [Шариков, 1990], впервые вышедшие за рамки эстетически ориентированного медиаобразования. А.В. Шариковым была предпринята попытка адаптировать западный опыт медиаобразования к российским условиям: эстетический подход был заменен социокультурным. По мысли А.В. Шарикова [Шариков, 1990], школьники должны были изучать медиатексты вне зависимости от их художественных качеств, опираясь на их социальные, политические, информационные и иные свойства. В какой-то мере эти взгляды перекликались с концепцией британского ученого и медиапедагога Л. Мастермана [Masterman, 1985; 1997], который в своих работах основное влияние уделял развитию критического мышления и критической автономии личности с помощью медиаобразования.

Существенный вклад в массовое медиаобразование в России вносят сотрудники нескольких лабораторий Российской академии образования. Так, в последние годы создана сеть школьных медиатек, разработан ряд интереснейших сетевых творческих проектов школьников – этими направлениями работы руководит Е.Н. Ястребцева. А ее коллеги Л.М. Баженова, Е.А. Бондаренко, Е.В. Якуина, С.И. Гудилина, А.А. Журин, К.М. Тихомирова, О.Ю. Латышев много лет занимаются организацией медиаобразовательной работы в московских школах. Уроки, особенно в младших классах, часто проходят в игровой форме, активно применяются творческие задания (снять видеосюжет, составить фотоколлаж, поработать

над творческим медийным проектом и т.д.), коллективные обсуждения медиатекстов.

Профессор Г.А. Поличко (Москва) вот уже десять лет ежегодно проводит в разных городах России медиаобразовательные фестивали для школьников – организует для участников мастер-классы, творческие встречи с известными деятелями медиакультуры, коллективные дискуссии...

Декан факультета журналистики Московского государственного университета Е.Л. Вартанова стала инициатором медиаобразовательных курсов для московских учителей, медиаобразовательных тренингов для школьников, обсуждения проблем медиаобразования в Московской городской думе.

Конечно, далеко не во всех российских вузах читаются учебные курсы по медиаобразованию, медиапедагогике, медиакомпетентности, медиакультуре. При этом мы, разумеется, не имеем в виду вузы и факультеты, которые готовят профессионалов-практиков медийной сферы (журналистов, режиссеров, продюсеров, менеджеров по рекламе и др.), где, само собой, читается целый спектр учебных дисциплин, связанных с медиа. Здесь ситуация вполне соответствует международным стандартам. Нас в значительно большей степени интересует медиаобразование обычных студентов, в том числе – будущих педагогов, которым после окончания вуза предстоит идти работать в школы, учащиеся которых значительную часть своей жизни проводят в медийном, виртуальном мире.

И здесь достижения, причем, существенные, бесспорно, есть. Помимо Таганрогского государственного педагогического института имени

А.П. Чехова (где с 2002 года внедрена в учебный процесс специализация «Медиаобразование», и где работают медиапедагоги А.В. Федоров, И.В. Челышева, В.В. Гура, Е.В. Мuryкина, Н.П. Рыжих, В.Л. Колесниченко, Д.Е. Григорова, Г.В. Михалева, Р.В. Сальный и др.), учебные курсы по медиаобразованию и медиакультуре на сегодняшний день читаются в Санкт-Петербургском университете (С.Г. Корконосенко), Высшей школе экономики (А.В. Шариков), Московском институте открытого образования (М.А. Фомина), Белгородском государственном университете (А.П. Короченский), Екатеринбургском государственном университете (Н.Б. Кириллова), Челябинском государственном университете (И.А. Фатеева), Южно-Уральском государственном университете в Челябинске (Л.П. Шестеркина, А.В. Минбалева, Т.В. Харлампьева), Тамбовском государственном университете (В.А. Монастырский), Бийской государственной педагогической академии (В.А. Возчиков), Иркутском государственном педагогическом университете иностранных языков (Л.А. Иванова, И.В. Григорьева, Н.Ю. Хлызова, Н.Г. Хитцова), Курганском государственном университете (Н.А. Леготина), Омском государственном университете (Н.Ф. Хилько), Южном Федеральном университете (Л.В. Усенко), Ростовском государственном экономическом университете (Г.П. Максимова), в Алтайской государственной академии культуры и искусств (О.П. Куткина), Поморском государственном университете (О.В. Печинкина, Архангельск), Краснодарском университете культуры и искусств (Т.Ф. Шак), Саратовском государственном университете (М.В. Жижина), в вузах

Владивостока, Перми, Самары и др. городов.

В 2007 году в Таганрогском государственном педагогическом институте состоялся первый выпуск педагогов, прошедших полный курс специализации «Медиаобразование». Подробную методику разработанных нашим коллективом конкретных медиаобразовательных занятий можно найти в разделе «Библиотека» на сайте Ассоциации медиапедагогики России <http://eduof.ru/mediaeducation>. Спустя несколько лет эта инициатива была подхвачена Владивостокским государственным университетом. Возникла инициатива открыть также и полноценную вузовскую специальность – «Медиаобразование» для гуманитарных вузов в целом. Зав. кафедрой журналистики и медиаобразования Московского государственного гуманитарного университета имени М.А. Шолохова И.В. Жилавская в 2012 году открыла в данном вузе набор по новой магистратуре по программе «Медиаобразование».

Преподают в различных московских учебных заведениях и ведущие лабораториями экранных искусств и медиаобразования и экспериментальной работы Российской Академии образования – Л.М. Баженова, Е.А. Бондаренко, С.И. Гудилина. Продолжает свою плодотворную медиапедагогическую деятельность один из основоположников российского медиаобразования – профессор О.А. Баранов.

Можно назвать и фамилии наиболее заметных учителей российских средних школ, внедряющих медиаобразование в учебный процесс. Это Е.И. Голубева (московская средняя школа № 1161), Т.П. Кадубец, Л.А. Карпова (средняя школа № 6 Саянска), Т.В. Ковшарова (иркутская гим-

назия № 3), Ю.С. Скворцова (средняя школа № 9 Воскресенска), Н.Г. Хитцова (иркутская областная детская школа искусств) А.И. Воронин (петербургская средняя школа № 156), И.А. Серикова (лицей «Эрудит» (Рубцовск, Алтайский край), А.А. Немирич (Иркутская область), А.С. Галченков (Ростовская область) и многих других. В последние годы возросла медиаобразовательная активность школ Таганрога, Копейска, Самары, Перми, других городов.

Активный поиск, чтение и создание медиатекстов – одна из отличительных черт человеческого общения, так как интерес субъекта прямо связан с получением и переработкой информации. В качестве системы, порождающей информационные интересы личности, выступает система ее жизненных интересов. Жизненные и информационные интересы, в свою очередь, непосредственным образом участвуют в управлении развитием личности, специфически реализуются в разных системах социальной информации, поскольку всякая информация апеллирует к жизненным интересам личности, обслуживает выполнение ею разных социальных ролей.

Человек – творец, хранитель и преобразователь социальной информации, которая, в свою очередь, непосредственным образом участвует в управлении развитием личности. Главный «регулятор» при отборе информации – не ёмкость человеческого мозга, а потребность человека» [Коробейников, 1976, с. 42]. Сознательно отобранная и целенаправленная информация обладает большой убедительной силой и способностью формировать взгляды и поступки людей в соответствии с требованиями общества. «Социальная информация является высшим

типом информации, так как она возникает на основе общественной, социальной практики – высшей формы преобразующей деятельности – и предназначена для использования в практике, в социальном управлении обществом» [Суханов. 1980, с. 76]. Обмен социальной информацией через медиа В.С. Коробейников считает духовным общением – особым социальным процессом, возникающим на определенной степени развития человечества [Коробейников, 1976; 1983].

Информационные процессы отвечают задачам развития личности, если они учитывают предпочтения, запросы, ожидания потребителей информации. Проявляя интерес к экономическим, политическим и другим ценностям, личность с удовлетворением воспринимает информацию, которая помогает ей вырабатывать определенные моральные критерии, системы ориентиров, с помощью которых она создает системы своих взглядов, установок, привычек, стереотипов, воспринимает социальный опыт, интернирует его.

Принимая во внимание утверждение Е.И. Пронина, что потребность в информации – такая совокупность сведений о явлениях действительности, закономерностях социальной жизни, природы, мышления, взглядов, ценностей, норм, мотивов и стремлений и т.д., которая необходима для полного и истинного осознания людьми своего места и роли в социальной жизни, выработки соответствующего отношения к окружающему, к людям и к себе, определения действий, соответствующих тенденций прогрессивного развития общества, целей и путей их достижения [Пронин, 1981, с. 38], дадим следующее определение информационных интересов: *информацион-*

ные интересы – это интересы, вытекающие из социальной потребности личности, определяемые целеустремленным потреблением информации, направленностью внимания на извлечение из разных источников сведений, соответствующих жизненному опыту, знаниям, навыкам, привычкам.

Представляется целесообразной (применительно к специфике контингента учащихся) следующая классификация информационных интересов потребителей, распространителей и создателей медиатекстов (последовательность данной классификации определена не степенью важности формируемых интересов, а их этапностью): *коммуникативно-информационный интерес; эмоционально-информационный интерес; профессионально-информационный интерес; ценностно-ориентировочный информационный интерес.*

Отметим, что они взаимопроницаемы, взаимодополняемы и легко согласуются с другими классификациями.

Коммуникативно-информационный интерес (читательский, слушательский, зрительский) направлен на включение личности в сферы медийного общения на самые разные темы. Каждый человек отдаёт предпочтение каким-либо «своим» темам, но в целом он далеко не всегда думает, как полученные сведения, знания, приспособит к своей деятельности, какое влияние они окажут на формирование его личности и т.п.

Эмоционально-информационный интерес направлен на удовлетворение эстетических потребностей личности и предполагает, что соответствующая новая информация дополнит имеющиеся сведения и одновременно явится побудителем получения более широких знаний.

Профессионально-информационный

интерес обусловлен, прежде всего, потребностью расширения знаний по специальности (у студентов – к будущей специальности). Это познавательный интерес, присущий личности, которая стремится к постоянному совершенствованию в каком-либо виде деятельности. Новую информацию профессионального характера, полученную из медийных источников, специалист немедленно возьмет на вооружение, проверит, использует, обратится к аналогичным источникам, т.е. его информационный интерес перейдет в более глубокий слой профессионального интереса. Знания о новом в профессии могут доставить человеку и эстетическое наслаждение, и послужить предметом для коммуникации с другими людьми.

Ценностно-ориентировочный информационный интерес помогает решать целевые задачи в формировании личности и приобретает особую важность: с помощью этого интереса происходит настройка оценочной сферы учащихся.

Потребность в информации входит в широкий спектр потребностей человека и выражает общественную необходимость личности в информационном обеспечении всех видов человеческой деятельности, предопределяет включение личности в существующую систему социальной информации.

Основа для предложенной терминологии – аналогия с познавательно-непроизвольным запоминанием и инициативной (спонтанной) речью. Эта градация предполагает, что процесс формирования интереса будет иметь три стадии, связанные друг с другом: от интереса случайного – к интересу более устойчивому, от интереса поверхностного – к интересу более глубокому, от интереса

«вообще» – к интересу личностно значимому.

Очевидно, все названные типы интереса присутствуют в сознании каждого человека, по-разному проявляясь в тот или иной момент, в той или иной ситуации. Тем не менее, для достижения заданного эффекта, т.е. для получения нужной реакции, обратной связи, важно умело направлять внимание учащегося, «переводить» его произвольный интерес в сформировавшийся, памятуя о том, что последняя фаза – наиболее продуктивна и эффективна.

Источник информации, «удовлетворяющий запросы», потребность и, следовательно, удовлетворяющий информационные интересы личности, непосредственно формируют информационную активность, порождая высокие ожидания и предпочтения, становятся объективной основой, фундаментом «информационного поведения». В основе выбора такого источника лежат социальные потребности и интересы, определяющиеся объективной необходимостью, – положением личности в социальной системе, ее отношениями с другими людьми и пр. Отсюда возникает, по меньшей мере, два интересных аспекта во взаимодействии «средства массовой информации – личность»: 1) личность пользуется услугами СМИ лишь в том случае, если испытывает в этом потребность; 2) личность воспринимает лишь ту информацию, к которой проявляет особый интерес [Суханов, 1980, с. 86].

Исследователи чаще всего связывают интерес с познавательными потребностями и деятельностью индивида. В них, по их мнению, – постоянный побудительный механизм познания. С учетом функциональной

направленности выделяют три разновидности интереса: познавательный (научный), преобразовательный (технический) и утилитарный (потребительский). Эти функции интереса совпадают с основными видами человеческой деятельности: преобразовательной, познавательной и ценностно-ориентировочной. Познавательная функция интереса – генеральная по сравнению с другими функциями – преобразовательной и утилитарной. Все вместе они образуют диалектическое единство общего, особенного и единичного [Галкин, 1977, с. 20].

Интересы классифицируют и по другим основаниям. Например, по содержанию (материальные, социальные, экономические, политические, духовные и т.п.); по субъекту (класс, личность, общество, группа); по широте; глубине; устойчивости и пр.

Внимание к сообщениям конкретного коммуникатора существенным образом зависит и от тех медийных источников, которые доступны личности и способны удовлетворять ее определенные интересы, ожидания, предпочтения, запросы, мотивы. Социологи журналистки отмечают и специфику в отношении той или иной аудитории к разным средствам информации, и влияние представлений о данном средстве информации на реальные интересы.

В свое время американский исследователь Дж. Клэппер дал классификацию условий, при которых посредством информации можно воздействовать на людей: 1) легче всего влиять на тех, которые до этого никакого определенного мнения по данному вопросу не имели; 2) информация может усилить, укрепить позиции, уже выработанные у индивида; 3) при благоприятных условиях медиа могут ослабить

имеющиеся отношения и представления, не ставя себе целью их изменить. Конверсия, т.е. радикальное изменение позиций, достигается крайне редко и требует особо сложных, противоречивых ситуаций, когда все привычные ориентиры рушатся [цит. по: Смирнова, 1984].

Учитывая то, что потребность в знаниях и способность к их усвоению в школьном и студенческом возрасте самая высокая, важно помочь учащимся разобраться в мощном потоке медийной информации, направить его на формирование таких взглядов и поступков, которые будут способствовать гуманистическому социальному прогрессу личности.

В последние годы все сильнее проявляется новое для социокультурного контекста России и Украины явление – взаимодействие медиаобразования и религии. Как хорошо известно, в течение большей части прошлого века религиозные подходы в светском образовании в СССР были практически запрещены. И в то время, когда свободное религиозное развитие народов западных стран уже к началу 1960-х годов привело к созданию теологического течения в медиаобразовании [Ilowiecki, Zasepa, 2003; Pungente, 1999; Wrobel, 2005 и др.], в СССР контакты церкви и медиа долгие годы были, скорее, конфронтационными. Только в последние двадцать лет российские и украинские педагоги христианского или иного вероисповедования смогли не только свободно выражать свои взгляды, но и публиковать свои труды, касающиеся проблем медиапедагогики.

Наши исследования обнаружили противоречия в светских (см. определения Российской педагогической энциклопедии и Совета Европы) и

теологических (Pungente, 1999; Духанин, 2005) научных подходах к медиаобразованию.

Предохранительная/защитная теория медиаобразования хорошо соотносится со следующим мнением, высказанном кандидатом богословия, преподавателем Николо-Угрешской Православной Духовной Семинарии В.Н. Духаниным: «Многих сбивает с толку известный тезис: сначала посмотри, а потом и суди? Коварная уловка: православных хотят сначала напоить наркотическим, провоцирующим фантазии и тяжелые впечатления напитком, и только чтобы потом они ответили, хорошо это или плохо. ... А иногда душа зрителя, захваченная впечатлениям фильма, уже не способна трезво его оценить. ... Стоит ли самому принимать наркотики, прыгать с самолета без парашюта, приближаться к эпицентру ядерного взрыва, чтобы только потом сказать: «Все это плохо»? [Духанин, 2005, с. 170].

Однако это вовсе не означает, что теологическая теория медиаобразования ориентируется только на «информационную защиту». Тот же В.Н. Духанин полагает, что «фильмы-сказки, поставленные Александром Роу – человеком глубоко верующим, несомненно, являли идею чистоты, девства, христианского прямотушия, мужества, праведного противостояния злу и окончательной над ним победы» [Духанин, 2005, с. 41]. В то же время, православные ученые всегда подчеркивают вред, который нанесли духовному и религиозному воспитанию советские атеистические фильмы.

Близки к православному взгляду на медиа медиапедагоги-католики. В частности, теологическая модель медиаобразования очень сильна в Польше, где издается специальный

журнал *Biuletyn Edukacji Medialnej*, целенаправленно ориентированный на религиозные подходы к медиаобразованию. Ведущие польские медиапедагоги-католики (Т. Zasepa и др.) публикуют статьи, монографии и учебные пособия [Ilowiecki, Zasepa, 2003; Wrobel, 2005 и др.], в которых отражаются их взгляды, основанные на синтезе теологической и защитной медиаобразовательных теорий, подчеркивается важность духовного развития личности человека.

Канадские медиапедагоги, ориентированные на теологическую медиаобразовательную теорию [Pungente, 1999 и др.] в значительной степени ориентированы на светскую культурологическую теорию медиаобразования, хотя, естественно, религиозная составляющая ключевая и в их теоретических и практических подходах. В 1984 году в Канаде была создана организация *The Jesuit Communication Project*, которая изначально ставила своей целью «концентрироваться на взаимоотношениях верующего сообщества и масс-медиа» [The Jesuit Communication Project, 2004]. Эта организация тесно сотрудничала с *Association of Roman Catholic Communicators in Canada (ARCCC)* по различным направлениям социальной коммуникации и медиаграмотности. С 1989 года *The Jesuit Communication Project* возглавляет Дж. Пангенте (John Pungente, SJ), которому удалось в 1992 году объединить различные канадские медиаобразовательные Ассоциации в *Canadian Association of Media Education Organizations* (Канадскую Ассоциацию медиаобразовательных организаций). Эта Ассоциация вместе с *The Jesuit Communication Project* в течение многих лет проводила конференции и организовывала медиаобразова-

тельные курсы для учителей, а в 2003 году организовала уникальный социологический опрос 6 тысяч канадских детей от 8 до 15 лет, касающихся проблем медиаграмотности. Среди прочих канадских медиаобразовательных ассоциаций *The Jesuit Communication Project* участвовала в подготовке учебных пособий и способствовала внедрению интегрированного медиаобразования во всех канадских школах с первого по двенадцатый класс включительно (на сегодняшний день только в Канаде, Австралии и Венгрии медиаобразование получило официальный обязательный статус во всех начальных и средних школах, в других странах речь идет, как правило, только об элективных курсах по медиаграмотности или медиакультуре).

Выводы. Итак, медиапедагоги-теологи определяют медиаобразование как духовно-религиозное воспитание аудитории с доминантой теологических ценностей над художественными, а Божественного и Земного над медийным (Pangente, 1999; Духанин, 2005). Отсюда и задачи религиозного медиаобразования аудитории:

- обретение теологических знаний [Духанин, 2005, с. 155];

- формирование избирательного отношения к медийному репертуару, так как «грехи, пристрастия, пороки, как кажется, остаются там, за экраном – свои забываются по сравнению с тем, что видно в бегущих кадрах. Видя хороший образ, телезритель только вздохнет, а образ плохой – тот сам войдет в его душу, запечатлется эталоном на его речи, жестах, обращении с другими. И те редкие проблески добродетелей, которые встречаются в кинематографическом творчестве, тоже остаются там, за экраном. А человек просто сидит и смотрит, из дня в день, от

вечера к вечеру. Он смеется и плачет, обсуждает персонажей, никогда не существовавших и не существующих, словно больной психически делится явлениями своих фантазий с другими. И в дар этому несуществующему, в жертву этому небытию приносится собственное бытие, реальная жизнь» [Духанин, 2005, с. 51–52];

- обучение критическому размышлению над прочитанным/услышанным/увиденным, соотносению содержания медиатекстов с основами вероисповедания и окружающей жизнью [Духанин, 2005, с. 58].

Медиапедагоги-теологи считают, 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. К примеру, «православный взгляд на произведение искусства не удовлетворяется светским пониманием, он должен отличаться большей проникновенностью. Для христианина важно сквозь действия и слова героев почувствовать в целом их дух, внутренний настрой, понять, выражаясь философским языком их ценностную ориентацию» [Духанин, 2005, с. 17].

Понятно, что ценностные ориентации в этом случае зависят от конкретного религиозного контекста, с существенными отличиями для христианской, мусульманской, буддистской или иной веры.

На наш взгляд, теологическая теория вполне может быть синтезирована не только с этической, но и с идеологической, эстетической, экологической, предохранительной теориями медиаобразования.

Литература

Burke, B.R. (2008). Media Literacy in the Digital Age: Implications for Scholars and Students. In *Theory and Practice of Communication. Vestnik of Russian Communication Association*. 2008. Vol. 6. P. 14–24.

Fedorov, A. (2003). Media Education and Media Literacy: Experts' Opinions. In: *MENTOR. A Media Education Curriculum for Teachers in the Mediterranean*. Paris: UNESCO.

Ilowiecki, M., Zasepa, T. (2003). *Moc a nemoc medii*. Bratislava. 184 p.

Masterman, L. & Mariet, F. (1994). *L'Education aux medias dans l'Europe des annees 90*. Strasbourg: Conseil de l'Europe. 180 p.

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. P. 15–68.

Pungente, J.J. and O'Malley, M. (1999). *More Than Meets the Eye: Watching Television Watching Us*. Toronto: McClelland & Stewart Inc. 255 p.

Wrobel, J. (2005). Postawa religijna, jako skutek odbioru filmu fabularnego. *Biuletyn Edukacji Medialnej*. 2005. № 1. P. 53–57.

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: Informing Science Press, 2009. P. 189–213.,

Zasepa, T. (2005). Religia I tresci religijne w mass mediach. *Biuletyn Edukacji Medialnej*. 2005. № 1. P. 70–77.

Возчиков В.А. *Медиа сфера философии образования.* Бийск: Изд-во Бийск. гос. пед. ун-та, 2007. 284 с.

Галкин П.Я. *Интерес в диалектическом единстве отражения и отношения:* автореф. дис. ... канд. филос. наук. Одесса, 1977.

Духанин В.Н. *Православие и мир кино.* М.: Drakkar, 2005. 190 с.

Здравомыслов А.Г. *Методология и процедура социологических исследований.* М.: Мысль, 1969.

Здравомыслов А.Г. *Потребности. Интересы. Ценности.* М.: Политиздат, 1986.

Коробейников В.С. *Генезис и особенности духовного общения через средства массовой информации:* дис. ... д-ра филос. наук. М., 1976.

Коробейников В.С. *Редакция и аудитория: социологический анализ.* М.: Мысль, 1983.

Пензин С.Н. *Кино и эстетическое воспитание: методологические проблемы.* Воронеж: Изд-во Воронеж. ун-та, 1987. 176 с.

Пронин Е.И. *Печать и общественное мнение.* М., 1971.

Пронин Е.И. *Текстовые факторы эффективности журналистского воздействия.* М., 1981.

Смирнова М.Г. *Социологические исследования печати, радио и телевидения в развитых капиталистических странах.* М.: МГУ, 1984.

Спичкин А.В. *Что такое медиаобразование.* Курган: Изд-во Курган. ин-та повышения квалификации и переподготовки работников образования, 1999. 114 с.

Суханов А.П. *Информация и человек.* М.: Советская Россия, 1980.

Усов Ю.Н. *Кинообразование как средство эстетического воспитания и художественного развития школьников:* дис. ... д-ра пед. наук. М., 1989. 362 с.

Федоров А.В. *Медиаобразование: история, теория и методика.* Ростов н/Д.: Изд-во ЦВВР, 2001. 708 с.

Федоров А.В. *Медиаобразование: творческие задания для студентов и*

школьников // Инновации в образовании. 2006. № 4. С. 175–228.

Федоров А.В. *Специфика медиаобразования студентов педагогических вузов // Педагогика.* 2004. № 4. С. 43–51.

Шариков А.В. *Медиаобразование: Мировой и отечественный опыт.* М.: АПН СССР, 1991. 66 с.

References

Burke, B.R. (2008). Media Literacy in the Digital Age: Implications for Scholars and Students. In *Theory and Practice of Communication. Vestnik of Russian Communication Association.* 2008. Vol. 6. P. 14–24.

Dukhanin, V.N. (2005). *Orthodoxy and the world of cinema.* Moscow: Drakkar, 2005. 190 p.

Fedorov, A. (2001). *Media Education: History, Theory and Methods.* Rostov-on-Don: CVVR. 708 p.

Fedorov, A. (2003). Media Education and Media Literacy: Experts' Opinions. In: *MENTOR. A Media Education Curriculum for Teachers in the Mediterranean.* Paris: UNESCO.

Fedorov, A. (2004). The specifics of media education for future teachers. *Pedagogy.* 2004. ;№ 4. P. 43–51.

Fedorov, A. (2006). Media Education: creative activities for students and pupils. *Innovations in Education.* 2006. № 4. P. 175–228.

Galkin, P.Y. (1977). *Interest in a dialectical unity of reflection and relationships.* Ph.D. Dis. Odessa.

Ilowiecki, M., Zasepa, T. (2003). *Moc a nemoc medii.* Bratislava. 184 p.

Korobaynikov, V.S. (1976). *Genesis and characteristics of spiritual communication through the mass media:* PhD. Dis. Moscow, 1976.

Korobaynikov, V.S. (1983). *The editors and the audience: a sociological analysis.* Moscow: Mysl.

Masterman, L. & Mariet, F. (1994). *L'Education aux medias dans l'Europe des annees 90.* Strasbourg: Conseil de l'Europe. 180 p.

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. P. 15–68.

Penzin, S.N. (1987). *Film and aesthetic education: methodological problems*. Voronezh: Voronezh University Press. 176 p.

Pronin, E. (1971). *Press and public opinion*. Moscow.

Pronin, E. (1981). *Text efficiency factors of journalistic influence*. Moscow.

Pungente, J.J. and O'Malley, M. (1999). *More Than Meets the Eye: Watching Television Watching Us*. Toronto: McClelland & Stewart Inc. 255 p.

Sharikov, A.V. (1990). *Media Education: World and domestic experience*. Moscow: Academy of Pedagogical Sciences. 66 p.

Smirnova, M.G. (1984). *Sociological studies of press, radio and television in the developed capitalist countries*. Moscow: Moscow State University, 1984.

Spichkin, A.V. (1999). *What is media education*. Kurgan: Publishing House of Kurgan Institute of the training and retraining of workers in education, 1999. 114 p.

Sukhanov, A.P. (1980). *Information and people*. Moscow: Sov. Russia.

Usov, Y.N. (1989). *Film education as a means of aesthetic education and artistic development of students*: Ph.D. Dis. Moscow, 1989. 362 p.

Voschkov, V.A. (2007). *Media sphere of philosophy and education*. Biysk: Biysk State Pedagogical University Press, 2007. 284 p.

Wrobel, J. (2005). Postawa religijna, jako skutek odbioru filmu fabularnego. *Biuletyn Edukacji Medialnej*. 2005. № 1. P. 53–57.

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: Informing Science Press, 2009. P. 189–213.

Zasepa, T. (2005). Religia I tresci religijne w mass mediach. *Biuletyn Edukacji Medialnej*. 2005. № 1.

Zdravomyslov, A.G. (1969). *Methodologies and sociological case studies*. Moscow: Mysl.

Zdravomyslov, A.G. (1986). *Needs. Interests. Value*. Moscow: Politizdat.



ТЕОРИЯ МЕДИАОБРАЗОВАНИЯ

Media Education Theory

**Тенденции развития светского и теологического медиаобразования
в России и за рубежом: актуальность исследования***

***А.В. Федоров,
доктор педагогических наук, профессор,
президент Ассоциации медиапедагогике России,
проректор по научной работе
Таганрогского государственного педагогического института
имени А.П. Чехова,
mediashkola@rambler.ru***

***А.В. Онкович,
доктор педагогических наук, профессор,
Национальная Академия педагогических
наук Украины, Киев***

Аннотация. В последнее время медиаобразование стало активно внедряться в России и Украине не только в светских, но и религиозных учебных учреждениях (например, в Свято-Тихоновском университете). Авторы статьи убеждены, что нельзя успешно и эффективно развивать медиаобразование без систематизации и обобщения имеющихся его направлений и процессов в мировом контексте.

Ключевые слова: медиаобразование, религия, теология, задачи, модели, медиакомпетентность.

**Trends in the development of secular and theological media education
in Russia and abroad: the relevance of research**

**Prof. Dr. Alexander Fedorov,
president of Russian Association for Media Education,
vice-rector of Anton Chekhov Taganrog State Pedagogical Institute,
mediashkola@rambler.ru**

**Prof. Dr. Ganna Onkovich,
Pedagogical Academy of Ukraine, Kiev**

* Финансирование исследования выполнено при поддержке Министерства образования и науки Российской Федерации в рамках реализации федеральной целевой программы «Научные и научно-педагогические кадры инновационной России» на 2009 – 2013 годы, соглашение 14.В37.21.2002 по теме «Тенденции развития светского и теологического медиаобразования в России и за рубежом».

Abstract. Recently, media education has been actively implemented in Russia and Ukraine: not only secular but also religious educational institutions (for example, at St. Tikhon University). The authors believe that it is impossible to successfully and efficiently develop media education without systematization and generalization of existing trends and its processes in a global context.

Keywords: media education, religion, theology, problems, models, media competence.

Актуальность исследования. В XX веке в ведущих странах мира в педагогической науке сформировалось специфическое направление в педагогике – «медиаобразование» (media education), призванное помочь аудитории разного возраста лучше адаптироваться в мире медиакультуры, освоить язык средств массовой информации, уметь анализировать медиатексты и т.д. К примеру, медиаобразование интегрировано в уроки родного языка в современных школах Канады, Австралии, Великобритании и других стран. Интенсивному развитию медиаобразования во многих странах способствовала экспансия американских средств массовой коммуникации: многие медиапедагоги пытались и пытаются развивать так называемое «критическое мышление» учащихся, чтобы помочь им противостоять воздействию заокеанской массовой культуры.

«Российская педагогическая энциклопедия» определяет медиаобразование (англ. *media education* от лат. *media* – *средства*) как направление в педагогике, выступающее за изучение «закономерностей массовой коммуникации (пресса, 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 психи-

ку, овладевать способами общения на основе невербальных форм коммуникации с помощью технических средств» [Российская педагогическая энциклопедия, 1993, с. 555].

В резолюциях и рекомендациях ЮНЕСКО неоднократно подчеркивалась важность и поддержка массового медиаобразования (конференции ЮНЕСКО в Грюнвальде, 1982; Тулузе, 1990; Париже, 1997; Вене, 1999; Севилье, 2002, Москве, 2012 и др.). Особую значимость медиаобразование приобретает в контексте глобализации.

Медиаобразование можно разделить на следующие основные направления: 1) медиаобразование будущих профессионалов – журналистов (пресса, радио, телевидение, Интернет), кинематографистов, редакторов, продюсеров и др.; 2) медиаобразование будущих педагогов в университетах, педагогических институтах, в процессе повышения квалификации преподавателей вузов и школ на курсах по медиакультуре; 3) медиаобразование как часть общего образования школьников и студентов, обучающихся в обычных школах, средних специальных учебных заведениях, вузах, которое, в свою очередь, может быть интегрированным с традиционными дисциплинами или автономным (специальным, факультативным, кружковым и т.д.); 4) медиаобразование в учреждениях дополнительного образования и досуговых центрах (домах культуры, центрах внешкольной ра-

боты, эстетического и художественного воспитания, в клубах по месту жительства и т.д.); 5) дистанционное медиаобразование школьников, студентов и взрослых с помощью телевидения, радио, системы Интернет (здесь огромную роль играет медиакритика); 6) самостоятельное/непрерывное медиаобразование (которое теоретически может осуществляться в течение всей жизни человека) [Пензин, 1987; Усов, 1989; Федоров, 2004; 2006; Баранов, 2002; Короченский, 2003 и др.].

17 ноября 2008 года Правительство России утвердило «Концепцию долгосрочного социально-экономического развития Российской Федерации на период до 2020 года». Согласно распоряжениям Правительства, федеральным органам исполнительной власти и исполнительным органам государственной власти субъектов Российской Федерации предписано руководствоваться положениями «Концепция долгосрочного социально-экономического развития Российской Федерации» при разработке программных документов, планов и показателей своей деятельности, а органам исполнительной власти руководствоваться данными основными направлениями при разработке программных документов, планов и показателей своей деятельности. Среди приоритетных направлений в Концепции называется «расширение использования информационных и телекоммуникационных технологий для развития новых форм и методов обучения, в том числе дистанционного образования и медиаобразования».

В 2011 году Министерством образования и науки Украины, академией педагогических наук Украины принята масштабная программа массового медиаобразования в средних

школах, в эксперимент вовлечены в настоящее время десятки школ, во многих украинских городах активно проводятся медиаобразовательные семинары, курсы повышения квалификации для школьных учителей.

Медиаобразование тесно связано не только с педагогикой, но и с такими отраслями гуманитарного знания, как искусствоведение (включая киноведение, литературоведение, театроведение), культурология, история (история мировой художественной культуры и искусства), психология (психология искусства, художественного восприятия, творчества), социология, политология и т.д. Отвечая нуждам современной педагогики в развитии личности, медиаобразование расширяет спектр методов и форм проведения занятий с учащимися. А комплексное изучение прессы, кинематографа, телевидения, видео, интернета, виртуального мира компьютера (синтезирующего черты практически всех традиционных средств массовой коммуникации) помогает исправить, например, такие существенные недостатки традиционного художественного образования как одностороннее, изолированное друг от друга изучение литературы, музыки или живописи, обособленное рассмотрение формы (так называемых «выразительных средств») и содержания при анализе конкретного произведения [Усов, 1989; Федоров, 2004; 2006].

Медиаобразование предусматривает технологию проведения занятий, основанную на проблемных, эвристических, игровых и др. продуктивных формах обучения, развивающих индивидуальность учащегося, самостоятельность его мышления, стимулирующих его творческие способности через непосредственное вовлечение в творческую дея-

тельность, восприятие, интерпретацию и анализ структуры медиатекста, усвоение знаний о медиакультуре [Пензин, 1987; Усов, 1989; Федоров, 2004; 2006; Баранов, 2002 и др.]. При этом медиаобразование, сочетая в себе лекционные и практические занятия, представляет собой своеобразное включение учащихся в процесс создания произведений медиакультуры, то есть погружает аудиторию во внутреннюю лабораторию основных медиапрофессий, что возможно как в автономном варианте, так и в процессе интеграции в традиционные учебные предметы.

Медиаобразование основано на изучении медиакультуры. А «культура есть форма одновременного бытия и общения людей различных – прошлых, настоящих и будущих культур. (...) культура – это форма самодетерминации индивида в горизонте личности, форма самодетерминации нашей жизни, сознания, мышления (...), культура – это изобретение «мира впервые». Культура – в своих произведениях – позволяет нам – автору и читателю – как бы заново породить мир» [Библер, 1991, с. 289–290]. При этом каждый индивид есть – потенциально – «целостная, способная бесконечно развиваться себя, культура» [Библер, 1991, с. 296]. И если говорить о художественной культуре, о медиакультуре, то здесь «автор воплощает себя в отщепленной от него сгусток материальной формы; читатель (слушатель, зритель) ничего не производит «во плоти», он домысливает и «доводит» произведение «до ума» – только в своем воображении, памяти, разуме. И только в таком взаимодополнении произведение – и культура в целом – может существовать» [Библер, 1991, с. 296].

Созданная именно для поддержки «диалога культур» разных стран и наций влиятельная международная организация ЮНЕСКО, для осуществления главных целей массового медиаобразования стремится активно содействовать:

- сравнительному анализу существующих в развитых странах методологий и методик медиаобразования (с последующим распространением наиболее перспективных из них);
- разработке механизмов оценки эффективности медиаобразовательных акций;
- проведению дальнейших исследований в области медиаобразования;
- обучению медиаграмотности преподавателей, студентов, инструкторов, членов неправительственных организаций и ассоциаций и других заинтересованных лиц (в том числе – на летних курсах по медиапедагогике, в процессе дистанционного образования);
- официальной легализации медиаобразования в различных странах, разработке соответствующих учебных планов (формальных и неформальных);
- созданию сборника кратких руководящих принципов медиаобразования, учебников и пособий для преподавателей и родителей, собрания материалов, публикаций, наборов инструментария, адаптированного к региональным модулям);
- сотрудничеству различных медийных агентств, благотворительных фондов с учебными заведениями, неправительственными организациями, другими частными или общественными учреждениями, имеющими отношение к образованию и воспитанию;

- разработке и внедрению интернетных медиаобразовательных сайтов для практиков, преподавателей и инструкторов (с условиями доступа к необходимым ресурсам);

- организации местных, национальных и международных медиаобразовательных форумов (с установленной периодичностью), связанных с учебными заведениями;

- созданию сети специализированных медиаобразовательных фильмов и фестивалей;

- консолидации существующих федераций, профессиональных ассоциаций и центров документации медиаобразовательного характера;

- публикации рекомендаций в поддержку общественных медиа (некоммерческих и коммерческих), рассчитанных на детскую и молодежную аудиторию;

- контролю над деятельностью медийных агентств разных видов, чтобы гарантировать качество и доступ к средствам массовой информации для молодежи и т.д. [UNESCO, 2002].

Вместе с тем, возникает противоречие, сложившееся между необходимостью сравнительного анализа наиболее характерных тенденций массового светского и теологического медиаобразования в России и в ведущих странах мира и недостаточностью фундаментальных исследований на эту тему. Это позволяет нам утверждать, что данная тема исследования актуальна.

В 2008 и 2010 годах в МГУ прошли конференции и заседания круглых столов по проблемам медиаобразования (http://www.edu.of.ru/mediaeducation/news.asp?ob_no=32087), на которых были приняты резолюции, где отмечаются достижения научной школы «Медиаобразование и медиакомпетентность» при Таганрогском государственном педагогическом инсти-

туте имени А.П. Чехова, говорится о том, что накоплен богатейший опыт в области, что ведут активную работу по популяризации идей медиаобразования Ассоциация медиапедагогике России.

Однако далее справедливо отмечают и негативные тенденции развития медиаобразовательного процесса в России: «накопленный опыт и результаты исследований остаются недостаточно известными и используются в неполную силу, вследствие того, что медиаобразование всё ещё не продвинулось от стадии эксперимента к стадии широкого практического применения. Следует также признать, что в развитии медиаобразования недостаточна роль факультетов журналистики, а также медиасообщества в целом. Слабо используются возможности дополнительного образования... Недостаточно осуществляется взаимодействие с уже существующими центрами и многочисленными экспериментальными площадками в области медиаобразования, не в полной мере используется потенциал преподавателей и исследователей ведущих факультетов».

Основные трудности более широкого внедрения медиаобразования в учебный процесс российских вузов и школ, прежде всего, связаны, на наш взгляд:

- с явным недостатком целенаправленно подготовленных медиапедагогов;

- с определенной инертностью руководства ряда педагогических вузов (как известно, в рамках дисциплин регионального компонента и учебных курсов по выбору вузам предоставлены широкие возможности введения новых дисциплин разнообразной тематики, но ученые советы российских вузов пока крайне робко выделяют часы под медиаоб-

разовательные дисциплины, столь необходимые будущим учителям);

- с традиционными подходами структур Министерства образования и науки России, концентрирующих свое внимание на поддержке учебных курсов по информатике и информационным технологиям в области образования при значительно меньшем внимании к актуальным проблемам медиаобразования.

Исходя из множества перечисленных выше проблем и факторов, настоятельная необходимость интенсивного развития медиаобразования и изучения мирового медиапедагогического опыта представляется очевидной. Творчески освоив его, медиапедагоги смогут более эффективно развивать свои теоретические идеи, методические/технологические подходы, экспериментальную работу в школах и вузах, в учреждениях дополнительного образования и досуговых центрах и т.д.

Отметим также, что в последнее время медиаобразование стало активно внедряться в России и Украине не только в светских, но и религиозных учебных учреждениях (например, в Свято-Тихоновском университете).

Мы глубоко убеждены, что нельзя успешно и эффективно развивать медиаобразование без систематизации и обобщения имеющихся его направлений и процессов в мировом контексте. Вот почему тема нашего проекта **«Тенденции развития светского и теологического медиаобразования в России и за рубежом»** представляется актуальной и значимой, в том числе и для России, где в 2002 году важным медиаобразовательным событием стала инициированная научно-исследовательским коллективом «Медиаобразование и медиакомпетентность» при Таганрогском государственном педагогическом институте (при под-

держке гранта Российского гуманитарного научного фонда – РГНФ, грант № 01-06-00027а) регистрация учебно-методическим объединением (УМО при Министерстве образования Российской Федерации по специальностям педагогического образования) вузовской специализации «Медиаобразование» – 03.13.30. Это решение на практике обозначило, что медиаобразование педагогов в России впервые за всю свою историю обрело официальный статус.

Исходя из этого, мы считаем, что наш проект чрезвычайно актуален в современных российских условиях.

Цель проекта: провести сравнительный анализ массового светского и теологического медиаобразования (в России и за рубежом). На этой базе синтезировать доминирующие модели медиаобразования, наиболее актуальные для внедрения в российских вузах и школах.

Описание решаемых научных проблем и поставленной задачи.

Отметим, что в отличие от зарубежных подходов к развитию медиаобразования (информационной защиты, теологического, развития «критического мышления», семиотического, культурологического и др.), российская педагогика в течение многих десятилетий - вплоть до 1990-х годов опиралась на эстетический подход. В последние годы свои подходы к медиаобразовательным моделям разработали И.А. Фатеева (2007) и И.В. Жилавская (2009). В них намечилось дальнейшее развитие идей, выдвинутых Л. Мастерманом и А.В. Шариковым в сторону большей универсальности. Однако нам не удалось обнаружить (ни за рубежом, ни в России) четко обоснованного компаративного анализа моделей массового светского и теологического медиаобразования. Ни в России, ни на Украине, ни за рубежом до сих пор не было фундаментальных исследова-

ний, напрямую касавшихся заявленной нами цели проекта. На создавшееся положение обращали внимание многие исследователи (Дж. Панжете, Ж. Вробель и др.).

Научное противоречие в медиаобразовательных задачах (сравнение подходов Российской педагогической энциклопедии, Совета Европы и медиапедагогов-теологов) приводит нас к формулировке **проблемного вопроса** нашего проекта: возможно ли на основании обобщения накопленного зарубежного и отечественного опыта массового светского и теологического медиаобразования и анализа их тенденций синтезировать доминирующие модели медиаобразования, наиболее актуальные для внедрения в российских вузах и школах?

Членам нашего коллектива во время их предыдущих зарубежных научных командировок удалось побывать во многих из западных Центров медиаобразования – в Париже, Лондоне, Брюсселе, Берлине, Касселе, Вашингтоне. Однако привезенные из США, Великобритании, Германии, Франции, Бельгии материалы нуждаются в теоретическом анализе и обобщении. Мы полагаем, что синтез ключевых медиаобразовательных моделей может стать базой для теоретического обоснования и разработки концептуальных моделей в нашем проекте, наиболее актуальных для внедрения в российских вузах и школах.

Объект исследования: процесс массового светского и религиозного медиаобразования аудитории в России и за рубежом.

Предмет исследования: компаративный анализ тенденций развития массового светского и теологического медиаобразования в России и за рубежом, разработка эффективных путей синтеза актуальных

моделей медиаобразования (определение существенных признаков, качеств и свойств, структура, цель, задачи, содержание данных моделей), педагогических условий их реализации.

Гипотеза проекта: мы полагаем, что на основании обобщения накопленного зарубежного и отечественного опыта массового светского и теологического медиаобразования и анализа их основных тенденций мы сможем синтезировать доминирующие модели медиаобразования, наиболее актуальные для внедрения в российских вузах и школах. По нашему предположению, структурные блоки базовых медиаобразовательных моделей будет включать в себя:

- определение понятия «медиаобразование»;
- концептуальную теоретическую основу медиаобразования (светского или теологического);
- цели, задачи, организационные формы, методы медиаобразования (светского или теологического); основные разделы содержания медиаобразовательной программы; области применения;
- возможные результаты внедрения модели.

Задачи научного исследования:

- сформулировать и обосновать совокупность теоретических положений, составляющих основу проекта;
- разработать концепцию, методов/подходов/механизмов решения проблем исследования;
- обобщить и проанализировать накопленный зарубежный и отечественный опыт массового медиаобразования (светского и теологического), проанализировать зарубежные и российские монографии, учебные пособия, статьи по теме проекта;
- проанализировать основные тенденции развития массового светско-

го медиаобразования в сравнении с теологическим медиаобразованием;

- на базе обобщения и анализа синтезировать базовые светские и теологические медиаобразовательные модели, наиболее актуальные для внедрения в российских вузах и школах.

Методы решения задач научно-го исследования: Методологию исследования составляют ключевые положения о связи, взаимообусловленности и целостности явлений действительности (в том числе – органической связи образовательных процессов с социокультурным контекстом), единства исторического и социального в педагогическом познании, теория диалога культур М.М. Бахтина-В.С. Библера, культурологические, семиотические теоретические концепции Ю.М. Лотмана, У. Эко, Д. Бэкингема, концепции развития аналитического мышления Л. Мастермана, Д. Халперн и др.; теоретические концепции теологической медиапедагогики, обоснованные в трудах Дж. Пандженте и Т. Зазепа. Проект опирается на исследовательский содержательный подход (выявление содержания изучаемого процесса с учетом совокупности его элементов, взаимодействия между ними, их характера, обращения к фактам, анализа и синтеза теоретических заключений и т.д.). Методы: а) теоретический анализ научной литературы, имеющий отношение к теме проекта, включая сравнительный анализ моделей и процессов развития массового светского и теологического медиаобразования; б) сравнительный анализ и обобщение описаний практического опыта ведущих деятелей медиаобразования с последующим обоснованием и синтезом базовых моделей массового и теологического медиаобразования; в) теоретическое моделирование.

На данном этапе проекта достигнуты следующие результаты:

- обоснован выбор оптимального варианта направлений исследования, его методики;

- проведен аналитический обзор собранных информационных источников (монографии, учебные пособия, статьи, руководящие документы) по теме проекта;

- разработаны, синтезированы, обоснованы и графически представлены медиаобразовательные модели массового светского и теологического медиаобразования (в России и за рубежом), наиболее актуальные для внедрения в российских вузах и школах;

Достижение данных результатов служит теоретической базой для дальнейших этапов исследования, когда будет осуществлена разработка и внедрение программ учебных курсов для вузов.

Мы полагаем, что полученные нами результаты могут быть использованы в дальнейших научных исследованиях по теме медиаобразования, педагогики в различных странах мира, включая, разумеется, Россию и Украину. Это будет существенным вкладом в теоретическое осмысление медиаобразовательных концепций. Полученные результаты проекта повлияют на развитие научных, технологических направлений в области медиаобразования, на формирование тематики последующих НИР по данной тематике, на интенсивность развития медиаобразования, на разработку рекомендаций и предложений по использованию результатов в уже проводящихся инновационных медиаобразовательных проектах.

Полученные нами результаты, трансформированные в учебные курсы и программы по теме исследования, могут быть, по нашему мнению,

широко использованы в образовательном в вузах гуманитарного профиля (на факультетах и кафедрах педагогики и психологии, массовых коммуникаций, социологии, культурологии, журналистики, искусств, медиа и др.): подготовка бакалавров, магистров, специалистов, аспирантов. Предполагаемая сфера использования проекта – образовательные учреждения (вузы, колледжи, школы). Круг пользователей – преподаватели, аспиранты, студенты, школьные учителя, аудитория, интересующаяся проблемами медиаобразования и медиакомпетентности. Результаты проекта внедряются нами в образовательный процесс педагогического вуза: в рамках специализации «Медиаобразование» № 03.13.30 и др. Намечено также применение результатов проекта в курсовом и дипломном проектировании, в диссертационных исследованиях аспирантов.

Новизна научного исследования: в результате выполнения проекта получен принципиально новый результат (впервые синтезированные базовые модели массового светского и теологического медиаобразования), что позволит решать принципиально новые задачи, откроет новые направления развития исследований в медиапедагогике, наметить перспективы адаптации тех или иных базовых моделей массового медиаобразования в российских условиях.

Перспективность реализации предполагаемых подходов для достижения цели:

- расширение теоретических знаний, новые научные данные о процессах, явлениях, закономерностях, существующих в области массового светского и теологического медиаобразования;

- данные результатов сравнительного анализа проблем и тенденций развития массового светского и теологического медиаобразования (в России и за рубежом) за последние 50 лет;

- теоретическое/методологическое обоснование принципов и путей создания/синтеза базовых моделей массового светского и теологического медиаобразования;

- графически представленные модели массового светского и теологического медиаобразования;

- публикация серии статей и монографии по теме проекта.

Мы надеемся, что полученные результаты проекта повлияют на развитие научных, технологических направлений в области медиаобразования, на формирование тематики последующих НИР по данной тематике, на интенсивность развития медиаобразования, на разработку рекомендаций и предложений по использованию результатов в уже проводящихся инновационных медиаобразовательных проектах.

Литература

Баранов О.А. *Медиаобразование в школе и вузе.* Тверь: Изд-во Твер. гос. ун-та, 2002. 87 с.

Библер В.С. *Основы программы // Школа диалога культур: основы программы / под ред. В.С. Библиера.* Кемерово: АЛЕФ, 1992. С. 5–38.

Жилавская И.В. *Медиаобразование молодежной аудитории.* Томск: Изд-во ТИИТ, 2009. 322 с.

Короченский А.П. *Медиакритика в теории и практике журналистики:* дис. ... д-ра филол. наук. СПб., 2003.

Пензин С.Н. *Кино и эстетическое воспитание: методологические проблемы.* Воронеж: Изд-во Воронеж. ун-та, 1987. 176 с.

Усов Ю.Н. *Кинообразование как средство эстетического воспитания и художественного развития школь-*

ников: автореф. дис. ... д-ра. пед. наук. М., 1989. 32 с.

Фатеева И.А. *Медиаобразование: теоретические основы и опыт реализации.* Челябинск, 2007. 270 с.

Федоров А.В. Медиаобразование: творческие задания для студентов и школьников // *Инновации в образовании.* 2006. № 4. С. 175–228.

Федоров А.В. Специфика медиаобразования студентов педагогических вузов // *Педагогика.* 2004. № 4. С. 43–51.

Халперн Д. *Психология критического мышления.* СПб.: Питер, 2000. 512 с.

Шариков А.В. *Медиаобразование: Мировой и отечественный опыт.* М.: АПН СССР, 1990. 66 с.

References

Baranov, O.A. (2002). *Media education in schools and universities.* Tver: Tver University Press, 2002. 87 p.

Bibler, V.S. (1992). Basis for the program. In: *School of dialogue of cultures: the basics of the program.* Kemerovo: Aleph. P. 5–38.

Fateeva, I.A. (2007). *Media education: theory and practice implementation.* Chelyabinsk, 2007. 270 p.

Fedorov, A.V. (2006). Media Education: creative activities for students and pupils. *Innovations in Education.* 2006. № 4. P. 175–228.

Fedorov, A.V. (2004). The specifics of media education for future teachers. *Pedagogy.* 2004. № 4. P. 43–51.

Halpern, D. *Psychology of critical thinking.* St.Petersburg: Peter, 2000. 512 p.

Korochensky, A.P. (2003). *Media criticism in the theory and practice of journalism:* Ph.D. Dis. St. Petersburg, 2003.

Penzin, S.N. (1987). *Film and aesthetic education: methodological problems.* Voronezh: Voronezh University Press, 1987. 176 p.

Sharikov, A.V. (1991). *Media Education: World and domestic experience.* Moscow: Academy of Pedagogical Sciences, 1990. 66 p.

Usov, Y.N. (1989). *Film education as a means of aesthetic education and artistic development of students.* Ph.D. dis. Moscow, 1989. 32 p.

Zhilavskaya, I.V. (2009). *Media education of young people.* Tomsk: TIIT, 2009. 322 p.

Светская и теологическая медиаобразовательные модели*

А.В. Федоров,
доктор педагогических наук, профессор,
президент Ассоциации медиапедагогов России,
проректор по научной работе
Таганрогского государственного педагогического института
имени А.П. Чехова,
mediashkola@rambler.ru

Аннотация. В статье на основе анализа и синтеза трудов медиапедагогов разных стран мира обосновываются два типа моделей – светского и массового медиаобразования.

Ключевые слова: медиаобразование, модели, религия, медиакомпетентность, школьники, студенты.

* Финансирование исследования выполнено при поддержке Министерства образования и науки Российской Федерации в рамках реализации федеральной целевой программы «Научные и научно-педагогические кадры инновационной России» на 2009 – 2013 годы, соглашение 14.В37.21.2002 по теме «Тенденции развития светского и теологического медиаобразования в России и за рубежом».

Secular and theological models of media education

Prof. Dr. Alexander Fedorov,
president of Russian Association for Media Education,
vice-rector of Taganrog State Pedagogical Institute,
mediashkola@rambler.ru

Abstract. The author of this article developed two types of mass media education models – the secular and theological – on the basis of analysis and synthesis work of media educators around the world.

Keywords: Media, models, religion, theological, media competence, pupils and students.

На основании анализа мы обобщили разработанные в России и за рубежом модели медиаобразования в следующем виде:

- *образовательно-информационные модели* (изучение теории и истории, языка медиакультуры и т.д.), опирающиеся в основном на культурологическую, эстетическую, семиотическую, социокультурную теории медиаобразования;

- *воспитательно-этические модели* (рассмотрение моральных, философских проблем на материале медиа), опирающиеся в основном на этическую, идеологическую, экологическую, протекционистскую и др. теории медиаобразования;

- *теологические модели* (рассмотрение религиозных, моральных, философских проблем на материале медиа), опирающиеся в основном на религиозную, этическую, 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 разви-

тие 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.

При этом данные модели и теории далеко не всегда существуют в чистом виде и часто переплетаются.

В течение многих лет медиапедагоги вели спор о том, при каких условиях медиаобразование может быть наиболее эффективным. К примеру, были и есть последовательные сторонники внеурочной/внеклассной медиапедагогике (И.С. Левшина). И напротив, сторонники медиаобразования, интегрированного в базовое (Л.С. Зазнобина, С.И. Гудилина, А.А. Журин, С.М. Иванова, К.М. Тихомирова,

С. Bazalgette, A. Hart и др.), последовательно выступающие за внедрение медиапедагогических задач в теорию практику преподавания основных учебных дисциплин.

Повсеместное распространение медиа, появление новых информационных технологий, на наш взгляд, позволяет в современных условиях успешно применять и развивать практически многие существующие отечественные и зарубежные модели медиаобразования, интегрировать и синтезировать их.

Наш анализ показал, что в значительной степени с моделью К. Бэзэлгэт [С. Bazalgette], Д. Букингэма [D. Buckingham] и Э. Харта [A. Hart] соотносятся и медиаобразовательные концепции Е.Л. Вартановой и Я.Н. Засурского [Вартанова, Засурский, 2003], С.И. Гудиной [Гудина, 2004], В.В. Гуры [Гура, 1994], Л.С. Зазнобиной [Зазнобина, 1998], С.Г. Корконосенко [Корконосенко, 2004], А.П. Короченского [Короченский, 2003], Н.А. Леготиной [Леготина, 2004], А.В. Спичкина [Спичкин, 1999], Н.Ф. Хилько [Хилько, 2001; 2004], А.В. Шарикова [Шариков, 1991], Е.В. Якушиной [Якушина, 2002] и других российских медиапедагогов, также (в той или иной степени) синтезирующие социокультурную, образовательно-информационную и практико-утилитарную модели медиаобразования.

Вместе с тем, синтез эстетической и социокультурной моделей, предложенный, к примеру, в моделях Ю.Н. Усова [Усов, 1989, 1998], Ю.М. Рабиновича [Рабинович, 1991] и Г.А. Поличко [Поличко, 1990] на сегодняшний день поддерживают в основном российские деятели медиаобразования – Л.М. Баженова [Баженова, 1992], Е.А. Бондаренко [Бон-

даренко, 1997], В.А. Монастырский [Монастырский, 1999] и др.

Довольно тесно с моделью Ю.Н. Усова соприкасаются и медиаобразовательные концепции С.Н. Пензина [Пензин, 1987; 1994] и О.А. Баранова [Баранов, 2002], представляющие собой синтез эстетической, образовательно-информационной и воспитательно-этической моделей.

В плане этических подходов к медиаобразованию можно обнаружить связь взглядов российских (О.А. Баранов, Е.А. Бондаренко, З.С. Малобицкая, С.Н. Пензин, Н.Ф. Хилько и др.) и зарубежных медиапедагогов (С. Бэрэн, Б. Мак-Махон, Л. Розер и др.).

Здесь не лишним будет прислушаться и к мнению С.Н. Пензина, который справедливо предостерегает от характерных ошибок, к несчастью свойственных некоторым моделям медиаобразования: вульгарного социологизирования, навязывания готовых шаблонных схем [Пензин, 1987, с. 64].

Таким образом, в России и за рубежом существует целый ряд перспективных медиаобразовательных моделей, которые используются в процессе образования и воспитания. При этом анализ основных моделей показал, что в настоящее время наиболее типичны синтетические модели трех типов:

Группа А. Медиаобразовательные модели, основанные на синтезе эстетической и социокультурной моделей.

Группа В. Медиаобразовательные модели, основанные на синтезе эстетической, образовательно-информационной и воспитательно-этической моделей.

Группа С. Медиаобразовательные модели, основанные на синтезе социокультурной, образовательно-ин-

формационной и практико-утилитарной моделей.

При этом медиаобразовательные модели группы С в настоящее время имеют наибольшее распространение и поддержку в большинстве стран мира.

Современные медиаобразовательные модели ориентируются на максимальное использование потенциальных возможностей медиаобразования в зависимости от стоящих перед ним целей и задач; им присущи вариативность, возможность целостного или фрагментарного внедрения в образовательный процесс.

Технология, предложенная при реализации современных моделей, как правило, базируется на циклах (блоках, модулях) творческих и игровых заданий, которые могут использоваться педагогами, как в учебной, так и во внеучебной деятельности. Важная особенность рассмотренных моделей – широкий диапазон внедрения: школы, вузы, учреждения дополнительного образования и досуговой деятельности; при этом медиаобразовательные занятия могут проходить в форме отдельных уроков, факультативов, спецкурсов, интегрированных в различные учебные предметы, применяться в кружковой работе и т.д.

Основываясь на проанализированных выше моделях, можно выстроить в обобщенном виде два типа моделей медиаобразования – светскую и теологическую, при этом ориентируясь не только на общедидактические принципы обучения (воспитание и всестороннее развитие личности в процессе занятий, научность, доступность, систематичность, связь теории с практикой, наглядность, переход от обучения к самообразованию, связь обучения с жизнью, прочность

результатов обучения, положительный эмоциональный фон, учет индивидуальных особенностей учащихся и т.д.), но и специфические, связанные с материалом медиа.

Среди таких принципов можно назвать соблюдение единства эмоционального и интеллектуального в развитии личности, творческих способностей, индивидуального мышления в методике проведения занятий, направленных на максимальное использование потенциальных возможностей медиакультуры (с учетом использования гедонистических, компенсаторных, терапевтических, познавательно-эвристических, креативных и игровых потенциалов медиакультуры, позволяющих вовлечь аудиторию в перцептивно-интерпретационную деятельность и анализ пространственно-временной, аудиовизуальной структуры медиатекста). Плюс соотнесение с современной медиаситуацией, которая наряду с минусами (засилье произведений низкопробной массовой культуры и т.п.) открывает для педагогов широкие перспективы, связанные с использованием видеозаписи, компьютеров, интернета, приближающих современного зрителя к статусу читателя книги (индивидуальное, интерактивное общение с медиа).

Светская модель медиаобразования

Определения основных понятий:

Медиаобразование – процесс развития личности с помощью и на материале средств массовой коммуникации (медиа): то есть развития культуры общения с медиа, творческих, коммуникативных способностей, критического мышления, умений полноценного восприятия, интерпретации, анализа и оценки медиатекстов, обучения различным

формам самовыражения при помощи медиатехники и т.д. Обретенная в результате медиаобразования медиакомпетентность помогает человеку активно использовать возможности информационного поля телевидения, радио, видео, кинематографа, прессы, интернета, способствует лучшему пониманию языка медиакультуры.

Аналитическое творческое мышление по отношению к системе медиа и медиатекстам – сложный рефлексивный процесс мышления человека, включающий ассоциативное восприятие, 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.

Медиакомпетентность личности – совокупность умений (мотивационных, контактных, информационных, перцептивных, интерпретационных/оценочных, практико-операционных/деятельностных, креативных) выбирать, использовать, критически анализировать, оценивать, передавать и создавать медиатексты в различных видах, формах и жанрах, анализировать сложные процессы функционирования медиа в социуме.

Концептуальная основа: синтез культурологической, социокультурной и практической теорий медиаобразования.

Цели: развитие медиакомпетентности личности, культуры ее общения с медиа, творческих, коммуникативных способностей, аналитического мышления, умений полноценного восприятия, интерпретации, анализа и оценки медиатекстов, обучения различным формам самовыражения при помощи медиатехники, подго-

товка будущих педагогов к медиаобразованию учащихся в учреждениях различных типов.

Задачи: развитие у аудитории следующих умений:

- практико-креативных (самовыражение с помощью медиатехники, то есть создание и распространение медиатекстов различных видов и жанров);

- перцептивно-креативных (творческое восприятие медиатекстов разных видов и жанров с учетом их связей с различными искусствами и т.д.);

- аналитических (анализ медиатекстов различных видов и жанров);

- историко-теоретических (самостоятельное использование полученных знаний по теории и истории медиа/медиакультуры);

- методических/технологических (владение методами и формами медиаобразования, различными технологиями самовыражения при помощи медиа);

Методы развития медиакомпетентности личности на занятиях медиаобразовательного цикла:

- 1) по источникам полученных знаний – *словесные* (лекции, беседы, дискуссии, включающие создание проблемных ситуаций); *наглядные* (демонстрация медиатекстов, иллюстрации); *практические* (выполнение различного рода творческих заданий практического характера на материале медиа);

- 2) по уровню познавательной деятельности: *объяснительно-иллюстративные* (сообщение педагогом определенной информации о медиа и медиаобразовании, восприятие и усвоение этой информации аудиторией); *проблемные* (проблемный анализ определенных ситуаций в сфере медиа и/или медиатекстов с целью развития аналитического

мышления); *исследовательские* (организация исследовательской деятельности студентов, связанной с медиа и медиаобразованием).

При этом на занятиях преобладает опора на практические, игровые, творческие задания, ролевые игры.

Основные разделы содержания медиаобразовательной программы (касающиеся изучения таких ключевых понятий медиаобразования как «медиаобразование», «медиакомпетентность», «медиаграмотность», «агентства медиа», «категории медиа», «технологии медиа», «язык медиа», «репрезентации медиа» и «аудитория медиа» и др.):

- место и роль медиа и медиаобразования в современном мире, виды и жанры, язык медиа;

- основные термины, теории, ключевые концепции, направления, модели медиаобразования;

- основные исторические этапы развития медиаобразования;

- проблемы медиакомпетентности, анализа функционирования медиа в социуме и медиатекстов разных видов и жанров (контент-анализ, структурный анализ, сюжетный/повествовательный анализ, анализ стереотипов, анализ культурной мифологии, анализ персонажей, автобиографический (личностный) анализ, иконографический анализ, семиотический анализ, идентификационный анализ, идеологический и философский анализ, этический анализ, эстетический анализ, культивационный анализ, герменевтический анализ культурного контекста);

- технологии медиаобразовательных занятий с учащимися (с опорой на творческие задания следующих типов: литературно-имитационные, театрализовано-игровые, изобразительно-имитационные, литературно-аналитические и пр.).

Области применения (в зависимости от степени адаптации к возрастным особенностям аудитории): вузы, колледжи, школы, учреждения дополнительного образования и др.

Эту **модель светского медиаобразования** в самом общем виде можно, на наш взгляд, представить в следующем виде (рис. 1):

1) *диагностический (констатирующий) компонент*: констатация уровней медиакомпетентности и развития критического мышления по отношению к медиа и медиатекстам в данной аудитории на начальном этапе обучения;

2) *содержательно-целевой компонент*: теоретическая составляющая (блок изучения истории и теории медиакультуры, специальный блок для учителей и будущих педагогов – блок развития медиаобразовательной мотивации и технологии, то есть изучение аудиторией методов и форм медиаобразования аудитории) и практическая составляющая (блок креативной деятельности на материале медиа, то есть развитие творческих умений аудитории самовыражаться с помощью медиатехники: создавать и распространять медиатексты различных видов и жанров; творчески применять полученные медиаобразовательные знания и умения; блок *перцептивно-аналитической деятельности*: развитие умений аудитории критически воспринимать и анализировать медиатексты различных видов и жанров);

3) *результативный компонент* (блок итоговых анкетирования, тестирования и творческих работ учащихся и блок анализ констатации уровней развития аналитического мышления и медиакомпетентности

аудитории на финальном этапе обучения).

Необходимость диагностического и результативного компонентов модели обоснована тем, что как в начале, так и в конце реализации главных структурных блоков преподавателю важно иметь четкое представление об уровнях развития медиакомпетентности данной аудитории. Сначала – для определения объема знаний для достижения медиаобразовательных задач. В итоге – для определения эффективности медиаобразовательного курса.

Практическая составляющая содержательно-целевого компонента, основанная на принципах, разработанных Ю.Н. Усовым [Усов, 1989, с. 185–195], предусматривает синтез осмысления медиатекста – сначала эпизода, а потом и всего произведения в целом – в результате образного обобщения элементов звукозрительного и пространственно-временного повествования.

Овладение аудиторией креативными умениями на материале медиа прежде всего связано с новыми творческими возможностями, которые открылись к началу XXI века в связи с массовым распространением новой аудиовизуальной, компьютерной техники. Разумеется, данный этап предусматривает и традиционные для медиаобразования творческие задания (к примеру, написание статей для прессы, минисценариев, «экранизации» отрывков литературных произведений и т.д.). Однако главное, что видеокамера, видеомagneфон, компьютер и монитор позволяют без каких-либо технических трудностей (связанных с зарядкой и проявкой обычной фото/кинопленки, озвучиванием и пр.) в игровой форме «идентифицировать» себя с авторами произведений медиакуль-

туры (журналистами, продюсерами, сценаристами, режиссерами, актерами, дизайнерами, аниматорами и пр.), что помимо творческих способностей, индивидуального мышления, воображения, фантазии косвенно помогает совершенствованию восприятия и анализа медиатекстов, созданных профессионалами.

Затем логично перейти к блоку перцептивно-аналитической деятельности, который предусматривает:

- рассмотрение внутреннего содержания ключевых эпизодов, наиболее ярко выявляющих закономерности построения медиатекста в целом;

- попытку разобраться в логике авторского мышления (целостное воссоздание развития основных конфликтов, характеров, идей, звукопластического ряда и т.д. медиатекста);

- выявление концепции создателя/создателей медиатекста;

- оценку аудиторией этой системы авторских взглядов, выражение ею своего личного отношения к данной концепции [Усов, 1989, с. 253].

Блок историко-теоретической подготовки в области медиаобразования, по нашему мнению, вовсе не обязательно ставить первым в общей структуре модели, так как знакомиться с теорией и историей медиакультуры, медиаобразования лучше тогда, когда у аудитории уже в достаточной мере развиты восприятие, умение анализа медиатекстов, креативные подходы. То есть речь идет опять-таки о том, что целостность процесса развития медиакомпетентности не нарушается, раздел теории и истории медиакультуры будет базироваться на подготовленной почве, не превратиться в набор фактов и фамилий.

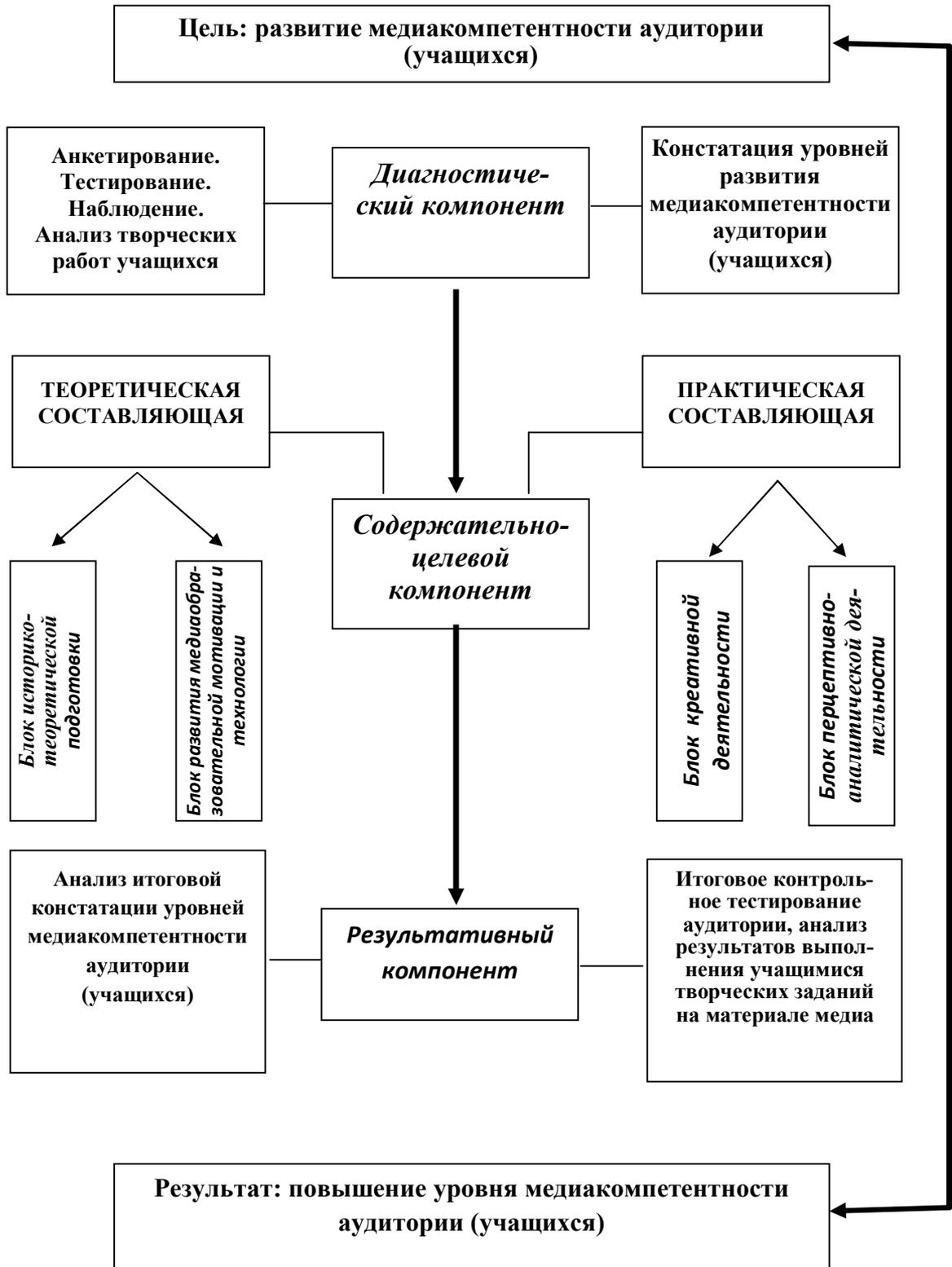


Рис. 1. Светская модель медиаобразования
 Основа: синтез социокультурной, культурологической и практико-утилитарной теорий медиаобразования

Данный блок нередко отсутствует в моделях медиаобразования школьников. Однако для педагогов (будущих и настоящих) он, бесспорно, необходим, так как без знакомства с теорией и историей медиакультуры и особенностями современной медиаситуации преподаватель, на наш взгляд, фактически будет приближен к уровню соответствующих знаний своих учеников, не сможет ответить на многие их вопросы, окажется не в состоянии квалифицированно составить медиаобразовательную программу и т.д. При этом совсем не обязательно, чтобы педагог включал все полученные знания по теории и истории медиакультуры в программу, к примеру, школьного факультатива. Однако такой информационный запас, несомненно, положительно повлияет на его общий культурный уровень.

Что же касается творческих, игровых подходов при проведении занятий, готовящих учителей и будущих педагогов к медиаобразованию учащихся, то их необходимость также не подлежит сомнению, так как в игре происходит дальнейшее развитие личности (развитие психики, интеллекта, индивидуального мышления, деловитости, коммуникативности и т.д.), активизация и мобилизация дополнительных резервов человеческих возможностей. Это относится и к дидактическим, ролевым и специальным педагогическим играм, связанным с выработкой конкретных умений, необходимых для преподавательской профессии.

Таким образом, в плане подготовки педагогов к медиаобразованию учащихся нужны специфические направления, предусматривающие изучение методов и форм медиаобразования аудитории и использование

полученных знаний и умений в области медиаобразования в процессе педагогической практики.

Для полноценной реализации данной модели, конечно, необходимы **показатели развития медиакомпетентности аудитории:**

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 и распространять собственные медиатексты);

7) **креативный** (наличие творческого начала в различных аспектах деятельности – перцептивной, игровой, художественной, исследовательской и др., связанной с медиа).

Для учителей и будущих педагогов нужны также и **показатели развития профессиональных знаний и умений, необходимых педагогам для медиаобразовательной деятельности:**

1) **мотивационный** (мотивы медиаобразовательной деятельности: эмоциональные, гносеологические, гедонистические, нравственные, эс-

тетические и др.; стремление к совершенствованию своих знаний и умений в области медиаобразования);

2) **информационный** (уровень информированности, теоретико-педагогических знаний в области медиаобразования);

3) **методический/ технологический** (методические/ технологические 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).

Думается, данная модель отвечает разработанным Ю.Н. Усовым показателям оптимальности (развитие систематических знаний о медиакультуре, умений анализа медиатекстов; учет диалектического единства образования, развития, воспитания; возможности расширения коммуникативности аудитории; ориентация на развитие личности учащихся) [Усов, 1989, с. 32].

Теологическая модель медиаобразования

Определения основных понятий:

Медиаобразование – духовно-религиозное воспитание аудитории с доминантой теологических ценностей над художественными, а Божественного и Земного над медийным.

Медиакомпетентность личности – совокупность умений (мотивационных, контактных, информационных, перцептивных, интерпретационных/оценочных, практико-операционных/деятельностных, креативных) выбирать, использовать, критически анализировать, оценивать, передавать и создавать ме-

диатексты в различных видах, формах и жанрах, анализировать сложные процессы функционирования медиа в социуме, во всех случаях - с опорой на религиозное мировоззрение.

Концептуальная основа: синтез теологической, защитной, этической и практической теорий медиаобразования.

Цели: приобщение аудитории к той или иной модели поведения, к ценностным ориентациям, отвечающим тем или иным религиозным догматам; развитие теологической медиакомпетентности и религиозной этики личности, культуры ее общения с медиа, творческих, коммуникативных способностей, аналитического мышления, умений восприятия, интерпретации, анализа и оценки медиатекстов, обучения различным формам самовыражения при помощи медиатехники, во всех случаях с опорой на религиозное мировоззрение (дополнительная возможная цель – подготовка учителей будущих педагогов к теологическому медиаобразованию учащихся в учреждениях различных типов).

Задачи:

- обретение аудиторией (учащимися) теологических, историко-теоретических знаний;

- формирование избирательного (с точки зрения теологической теории медиаобразования) отношения к медийному репертуару;

- развитие религиозной перцепции (религиозное восприятие медиатекстов разных видов и жанров);

- обучение критическому размышлению над прочитанным/ услышанным/ увиденным, соотнесению содержания медиатекстов разных видов и жанров с основами вероисповедания и окружающей жизнью;

- развитие практико-креативных способностей (создание и распространение религиозных медиатекстов различных видов и жанров);

- развитие методических/технологических способностей (владение методами и формами медиаобразования, различными технологиями использования медиа, создания медиатекстов).

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.

Методы развития религиозной медиакомпетентности личности:

1) по источникам полученных знаний – *словесные* (лекции, беседы, дискуссии); *наглядные* (демонстрация медиатекстов, иллюстрации); *практические* (выполнение различного рода творческих заданий практического характера на материале медиа);

2) по уровню познавательной деятельности: *объяснительно-иллюстративные* (сообщение педагогом определенной информации о религии, медиа и медиаобразовании, восприятие и усвоение этой информации аудиторией); *проблемные* (проблемный анализ определенных ситуаций в сфере религии, медиа и/или медиатекстов с целью развития аналитического мышления); *исследовательские* (организация исследовательской деятельности студентов, связанной с религией, медиа и медиаобразованием).

Основные разделы содержания медиаобразовательной программы:

- место и роль религии, медиа и медиаобразования в современном мире, виды и жанры, язык медиа;

- основные термины, теории, ключевые концепции, направления, модели медиаобразования, с опорой на религиозную базу;

- основные исторические этапы развития медиаобразования;

- проблемы религиозной медиакомпетентности, анализа функционирования медиа в социуме и медиатекстов разных видов и жанров;

- технологии медиаобразовательных занятий с учащимися.

Области применения (в зависимости от степени адаптации к возрастным особенностям аудитории): вузы, семинарии, колледжи, школы, учреждения дополнительного образования и др.

Эту **теологическую модель медиаобразования** в самом общем виде можно, на наш взгляд, представить на рис. 2, где:

1) *диагностический (констатирующий) компонент:* констатация уровней теологической медиакомпетентности и религиозной этики по отношению к медиа и медиатекстам в данной аудитории на начальном этапе обучения;

2) *содержательно-целевой компонент:* теоретическая составляющая (*блок изучения истории и теории медиакультуры, специальный блок для учителей и будущих педагогов – блок развития медиаобразовательной мотивации и технологии*, то есть изучение аудиторией методов и форм медиаобразования аудитории) и практическая составляющая (*блок креативной деятельности на материале медиа*, то есть развитие творческих умений аудитории создавать и распространять медиатексты различных видов и жанров; творчески применять по-

лученные медиаобразовательные знания и умения; блок перцептивно-аналитической деятельности: развитие умений аудитории восприни-

мать и анализировать медиатексты различных видов и жанров);

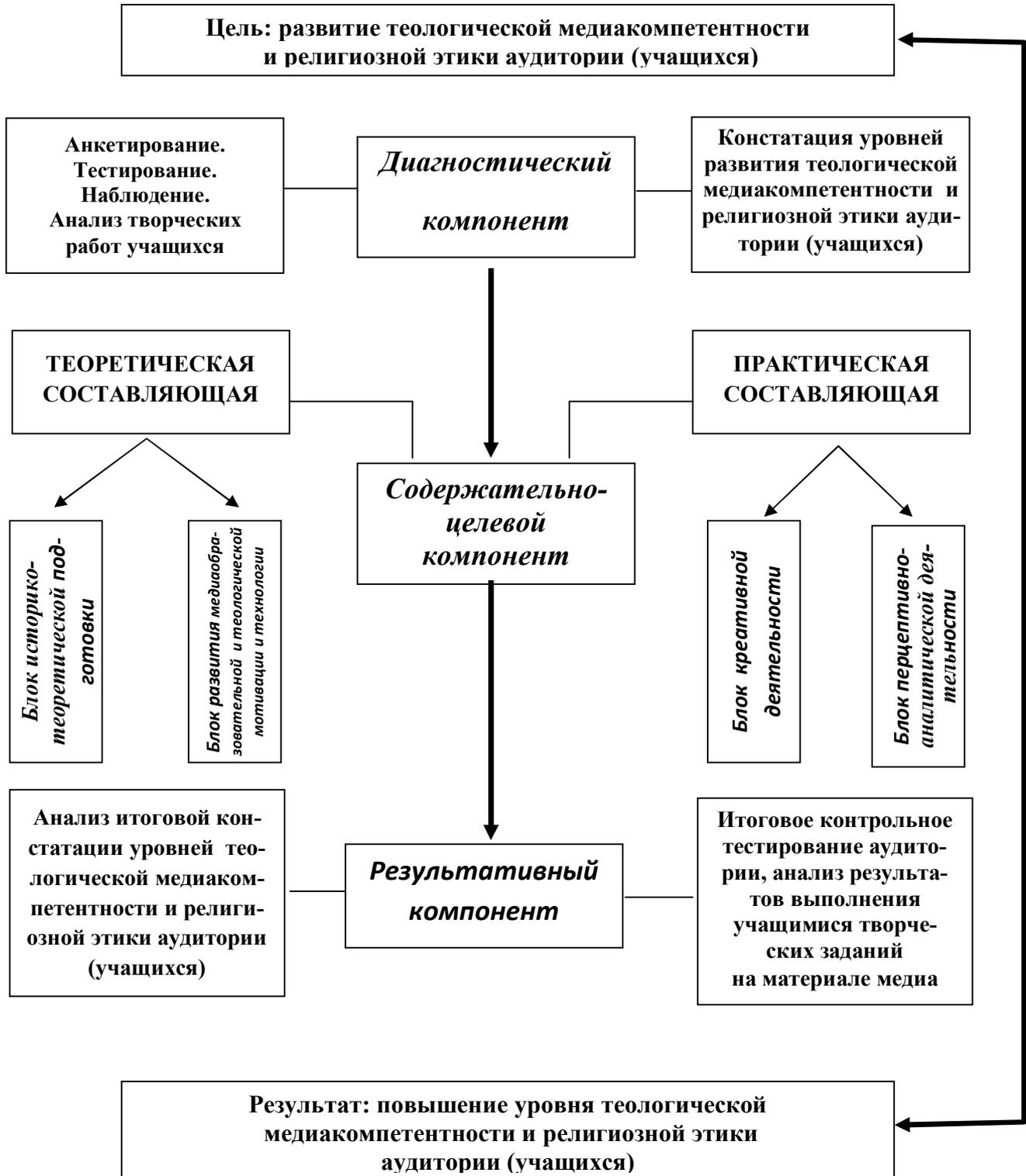


Рис. 2. Теологическая модель медиаобразования
 Основа: синтез религиозных, этических, защитных и практико-утилитарных теорий медиаобразования

3) **результативный компонент** (блок итоговых анкетирования, тестирования и творческих работ учащихся и блок анализ констатации уровней развития теологической медиакомпетентности и религиозной этики аудитории на финальном этапе обучения).

Для полноценной реализации данной модели необходимы **показатели развития теологической медиакомпетентности аудитории**:

1) **мотивационный** (мотивы контакта с медиатекстами: религиозные, жанровые, тематические, эмоциональные, гносеологические, психологические, моральные, интеллектуальные, эстетические, терапевтические и др.);

2) **контактный** (частота общения/контакта с произведениями медиакультуры – медиатекстами);

3) **информационный** (знания теологической и медийной терминологии, теории и истории медиакультуры, процесса массовой коммуникации);

4) **перцептивный** (способности к восприятию медиатекстов на основании религиозной этики);

5) **интерпретационный/ оценочный** (умения интерпретировать, анализировать медиатексты на основе определенного уровня медиавосприятия и на базе религиозной теории медиаобразования);

6) **практико-операционный** (умения создавать и распространять собственные медиатексты);

7) **креативный** (наличие творческого начала в различных аспектах деятельности – перцептивной, игровой, художественной, исследовательской и др., связанной с медиа).

Для учителей и будущих педагогов нужны также и **показатели раз-**

вития профессиональных знаний и умений, необходимых педагогам для теологической медиаобразовательной деятельности:

1) **мотивационный** (мотивы теологической медиаобразовательной деятельности: религиозные, эмоциональные, гносеологические, этические, эстетические и др.; стремление к совершенствованию своих знаний и умений в области теологии и медиаобразования);

2) **информационный** (уровень информированности, теоретико-педагогических знаний в области религии и медиаобразования);

3) **методический/ технологический** (методические/ технологические 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).

Литература

Bazalgette, C., Bevort, E. & Savino, J. (1992). *L'Education aux medias dans le monde: Nouvelles orientations*. Paris; London: BFI, CLEMI, UNESCO. 120 p.

Buckingham, D. (2003). *Media Education: Literacy, Learning and Contemporary Culture*. Cambridge, UK: Polity Press. 219 p.

Fedorov, A. (2003). Media Education and Media Literacy: Experts' Opinions. In: *MENTOR. A Media Education Curriculum for Teachers in the Mediterranean*. Paris: UNESCO.

Hart, A. (1991). *Understanding Media: A Practical Guide*. London: Routledge, 268 p.

Hart, A. (1998). Introduction: Media Education in the Global Village. In: Hart, A. (Ed.). *Teaching the Media. International*

Perspectives. Mahwah, New Jersey – London: Lawrence Erlbaum Assoc. Publishers. P. 1–21.

Ilowiecki, M., Zasepa, T. (2003). *Moc a nemoc medii*. Bratislava. 184 p.

Masterman, L. & Mariet, F. (1994). *L'Education aux medias dans l'Europe des annees 90*. Strasbourg: Conseil de l'Europe. 180 p.

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. P. 15–68.

Pungente, J.J. and O'Malley, M. (1999). *More Than Meets the Eye: Watching Television Watching Us*. Toronto: McClelland & Stewart Inc. 255 p.

Wrobel, J. (2005). Postawa religijna, jako skutek odbioru filmu fabularnego. *Biuletyn Edukacji Medialnej*. 2005. № 1. P. 53–57

Zasepa, T. (2005). Religia I tresci religijne w mass mediach. *Biuletyn Edukacji Medialnej*. 2005. № 1. P. 70–77.

Баранов О.А. Медиаобразование в школе и вузе. Тверь: Изд-во Твер. гос. ун-та, 2002. 87 с.

Бондаренко Е.А. Система аудиовизуального образования в 5–9 классах общеобразовательной школы: дис. ... канд. пед. наук. М., 1997.

Духанин В.Н. Православие и мир кино. М.: Drakkar, 2005. 190 с.

Зазнобина Л.С. Стандарт медиаобразования, интегрированного с различными школьными дисциплинами // *Стандарты и мониторинг в образовании*. 1998. № 3. С. 26–34.

Короченский А.П. Медиакритика в теории и практике журналистики: дис. ... д-ра филол. наук. СПб., 2003.

Пензин С.Н. Кино и эстетическое воспитание: методологические проблемы. Воронеж: Изд-во Воронеж. ун-та, 1987. 176 с.

Спичкин А.В. Что такое медиаобразование. Курган: Изд-во Курган. ин-та повышения квалификации и переподго-

товки работников образования, 1999. 114 с.

Усов Ю.Н. Кинообразование как средство эстетического воспитания и художественного развития школьников: дис. ... д-ра пед. наук. М., 1989. 362 с.

Федоров А.В. Медиаобразование: творческие задания для студентов и школьников // *Инновации в образовании*. 2006. № 4. С. 175–228.

Федоров А.В. Специфика медиаобразования студентов педагогических вузов // *Педагогика*. 2004. № 4. С. 43–51.

Хилько Н.Ф. Педагогика аудиовизуального творчества в социально-культурной сфере. Омск: Изд-во Омск. гос. ун-та, 2008. 182 с.

Шариков А.В. Медиаобразование: Мировой и отечественный опыт. М.: АПН СССР, 1991. 66 с.

Шариков А.В., Черкашин Е.А. Экспериментальные программы медиаобразования. М.: Академия педагогических наук: НИИ средств обучения, 1991. 43 с.

Якушина Е.В. Методика обучения школьников работе с информационными ресурсами на основе действующей модели Интернета: дис. ... канд. пед. наук. М., 2002.

Ястребцева Е.Н. Пять вечеров: беседы о телекоммуникационных образовательных проектах. М.: Проект Гармония, 2001.

References

Baranov, O.A. (2002). *Media education in schools and universities*. Tver: Tver State. University Press. 87 p.

Bazalgette, C., Bevort, E. & Savino, J. (1992). *L'Education aux medias dans le monde: Nouvelles orientations*. Paris; London: BFI, CLEMI, UNESCO. 120 p.

Bondarenko, E.A. (1997). *Audiovisual education system in grades 5–9 of secondary school*: Ph.D. Dis. Moscow, 1997.

Buckingham, D. (2003). *Media Education: Literacy, Learning and Contemporary Culture*. Cambridge, UK: Polity Press. 219 p.

- Dukhanin, V.N.** (2005). *Orthodoxy and the world of cinema*. Moscow: Drakkar, 190 p.
- Fedorov, A.** (2003). Media Education and Media Literacy: Experts' Opinions. In: *MENTOR. A Media Education Curriculum for Teachers in the Mediterranean*. Paris: UNESCO.
- Fedorov, A.** (2006). Media Education: creative activities for students and pupils. *Innovations in Education*. 2006. № 4. P. 175–228.
- Fedorov, A.** (2008). The specifics of media education for future teachers. *Pedagogy*. 2004. № 4. P. 43-51.
- Hart, A.** (1991). *Understanding Media: A Practical Guide*. London: Routledge. 268 p.
- Hart, A.** (1998). Introduction: Media Education in the Global Village. In: Hart, A. (Ed.). *Teaching the Media. International Perspectives*. Mahwah, New Jersey; London: Lawrence Erlbaum Assoc. Publishers. P. 1–21.
- Hilko, N.F.** (2008). *Pedagogy of audiovisual works in the social and cultural sphere*. Omsk Omsk State University Press. 182 p.
- Ilowiecki, M., Zasepa, T.** (2003). *Moc a nemoc medii*. Bratislava. 184 p.
- Korochensky, A.P.** (2003). *Media criticism in the theory and practice of journalism*: Ph.D.Dis. St. Petersburg.
- Masterman, L. & Mariet, F.** (1994). *L'Education aux medias dans l'Europe des annees 90*. Strasbourg: Conseil de l'Europe. 180 p.
- 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. P. 15–68.
- Penzin, S.N.** (1987). *Film and aesthetic education: methodological problems*. Voronezh: Voronezh University Press. 176 p.
- Pungente, J.J. and O'Malley, M.** (1999). *More Than Meets the Eye: Watching Television Watching Us*. Toronto: McClelland & Stewart Inc. 255 p.
- Sharikov, A.V.** (1990). *Media Education: World and domestic experience*. Moscow: Academy of Pedagogical Sciences. 66 p.
- Sharikov, A.V., Cherkashin, E.A.** (1991). *Pilot programs of media education*. Moscow: Academy of Pedagogical Sciences. 43 p.
- Spichkin, A.V.** (1999). *What is media education*. Kurgan: Publishing House of Kurgan Institute of the training and retraining of workers in education. 114 p.
- Usov, Y.N.** (1989). *Film education as a means of aesthetic education and artistic development of students*: Ph.D.Dis. Moscow. 362 p.
- Wrobel, J.** (2005). Postawa religijna, jako skutek odbioru filmu fabularnego. *Biuletyn Edukacji Medialnej*. 2005. № 1. P. 53–57.
- Yakushina, E.V.** (2002). *Methods of teaching students work with information resources based on the current Internet model*: Ph.Dis. Moscow.
- Yastrebseva, E.N.** (2001). *Five Evenings: Conversations about telecommunications educational projects*. Moscow: Project Harmony.
- Zasepa, T.** (2005). Religia I tresci religijne w mass mediach. *Biuletyn Edukacji Medialnej*. 2005. № 1. P. 70–77.
- Zaznobina, L.S.** (1998). Standard media education, integrated with a variety of school subjects. *Standards and Monitoring in Education*. 1998. № 3. P. 26–34.



КНИЖНАЯ ПОЛКА

Books shelf

Вышли новые книги и статьи по тематике медиаобразования

Монографии, учебные пособия, сборники

Pedagogies of Media and Information Literacies. Moscow: UNESCO Institute for Information Technologies in Education, 2012. 140 p.

Другой рядом с тобой. Памяти Сталя Пензина / ред.-сост. В.В. Гааг. Воронеж: Изд-во Воронеж гос. ун-та, 2012. 220 с.

Журналистика постсоветских республик: 20 лет спустя / под ред. А.П. Короченского и М.Ю. Казак. Белгород: Константа, 2012. 352 с.

Медийная и информационная грамотность: программа обучения педагогов. М.: Институт ЮНЕСКО по информационным технологиям в образовании, 2012. 200 с.

Печинкина О.В. Медиаобразование в школах северных стран. Архангельск: Кира, 2012. 122 с.

Федоров А.В. Анализ аудиовизуальных медиатекстов. М.: МОО «Информация для всех», 2012. 182 с.

Челышева И.В. Подходы к медиареальности: общество, культура и человек в XVII–XX вв. Saarbrücken (Germany): Lambert Academic Publishing, 2012. 165 с.

Челышева И.В. Медиареальность: новый тип социокультурной среды. Saarbrücken (Germany): Lambert Academic Publishing, 2012. 195 с.

Экранная культура. Теоретические проблемы / отв. ред. К.Э. Разлогов. СПб.: Дмитрий Буланин, 2012. 752 с.

Дополнительный список статей по тематике медиаобразования 2012 года

Fedorov, A. (2012). Analysis of the Soviet Military-Utopian Films of the Second Half of the 1930-es at the Media Studies in Students' Audience. *European Researcher*. 2012, Vol. (32). № 10–2. P. 1792-1803.

Fedorov, A. (2012). Media education in Russia and Ukraine: comparative analysis of the present stage of development (1992-2012) // *PedActa*. 2012. Vol. 2. № 1. <http://dppd.ubbcluj.ro/pedacta/>

Fedorov, A. (2012). Russia and Ukraine: Media Literacy Education Approaches // *European Researcher*. 2012. Vol. 30. № 9–3. P. 1556–1578.

Fedorov, A. (2012). "The Little School Orchestra": a Sample of the Hermeneutic Analysis of Media Texts in Student Audience. *European Researcher*. 2012. Vol. (32). № 10-2. P. 1804–1810.

Fedorov, A. (2012). "The Hyperboloid of Engineer Garin": the Novel and its Adaptation to Media Education Lessons in the Student Audience // *European Researcher*. 2012. Vol. 30. № 9–3. P. 1579–1584.

Агеева Г.М. Медиатизация памяти: мемуарные свидетельства в блогах и социальных сетях // Вестник Томского государственного университета. 2012. № 364. С. 68–74.

Антонов Ю.Е., Новосельцева Н.М. Роль медийного образа в профессионализации современного воспитателя дошкольного образования // Начальная медиашкола. 2012. № 3. <http://www.mediashkola-plus.ru/>

Баранов О.А. Медиаобразовательные центры сегодня: анализ и синтез // Инновации в образовании. 2012. № 10. С. 132–136

Баранова М.М. Влияние киноискусства на развитие аудиовизуальной культуры учащихся // Педагогика искусства. 2012. № 3. http://www.art-education.ru/AE-magazine/archive/nomer-3-2012/Baranova_21_10_2012.pdf

Березовский А.С., Григорьева И.В. Образовательный подкастинг как средство формирования медиакомпетентности личности будущего педагога // Sworld. 2012. Т. 11. № 2. С. 54–56.

Васильченко Л.С. Формирование медиакомпетентности специалиста дошкольного образования в идеях музейной педагогики // Вестник Бурятского государственного университета. 2012. № 1. С. 188–192.

Виноградова Т.С. Информационная компетентность: проблемы интерпретации // Человек и образование. 2012. № 2. С. 92–98.

Гончарова Т.М. Логика опытно-поисковой работы по формированию медиакомпетентности студентов вузов // Проблемы и перспективы формирования инновационной системы образования в XXI веке. Йошкар-Ола: Коллоквиум, 2012. С. 65–69.

Григорьева И.В. Альтернативный взгляд на сущность и содержание понятия «медиакомпетентность личности будущего педагога» в условиях ФГОС-3 // Magister Dixit. 2012. № 3. http://md.islu.ru/sites/md.islu.ru/files/rar/statuya_md_3_2012_grigoreva_i.v..pdf

Грицай Л.А. Образ семьи в советской и российской мультипликации как психолого-педагогическая проблема // Начальная медиашкола. 2012. № 3.

Давыдова М.А. Влияние электронных медиа на формирование индивидуализма в молодежной среде: автореф. дис. ... канд. соц. наук. Майкоп, 2012. 22 с.

Данина М.М., Кисельникова Н.В. Технология обучения психологическому анализу научно-популярных кинофильмов как средство развития саногенного мышления // Вопросы психологии. 2012. № 3. С. 78–88.

Дзялошинский И.М. Восприятие и понимание медиатекстов в системе коммуникативной компетентности личности // Медиа. Информация. Коммуникация. 2012. № 3. <http://mic.org.ru/index.php/new/131-vospriyatie-i-ponimanie-mediatekstov>

Жижина М.В. Медиаповедение личности как объект междисциплинарных исследований // Социология и общество: глобальные вызовы и региональное развитие. М., 2012. С. 1629–1636.

Жилавская И.В. О современной концепции медиаинформационной грамотности и медиаобразования // Медиа. Информация. Коммуникация. 2012. № 3. <http://mic.org.ru/index.php/new/125-o-sovremennoj-kontseptsii-mediainformatsionnoj-gramotnosti-i-mediaobrazovaniya>

Иванова Л.А. История создания видео и его развитие как одного из компонентов медиаобразования в процессе обучения иностранному языку // Magister Dixit. 2012. № 3. http://md.islu.ru/sites/md.islu.ru/files/rar/ivanova_l.a._poslednee.pdf

Иванова Л.А. Медиаобразование: поиск исследовательских векторов // Вестник Иркутского государственного технического университета. 2012. Т. 67. № 8. С. 277–284.

Кабанов К.В. Методические возможности использования художественных фильмов в преподавании со-

циальной психологии // Психология в вузе. 2012. № 1. С. 50–69.

Левицкая А.А. Массовое медиаобразование: венгерский опыт реализации // *Alma Mater – Вестник высшей школы*. 2012. № 10. С. 95–99.

Левицкая А.А. Медиаобразование в Венгрии: традиции и современность // *Дистанционное и виртуальное обучение*. 2012. № 8. С. 90–103.

Левицкая А.А. Формирование профессиональных компетенций венгерских медиапедагогов // *Дистанционное и виртуальное обучение*. 2012. № 10. С. 69–77.

Леготина Н.А. Медиакультура как деятельность // *Вестник Курганского государственного университета. Серия: Гуманитарные науки*. 2012. № 22. С. 85–87.

Мазова В.В. Дидактические смыслы мультфильма // *Начальная медиашкола*. 2012. № 3. <http://www.mediashkola-plus.ru/>

Маченин А.А. Защита воображения от вредоносных форм современных масс-медиа // *Основы Безопасности Жизнедеятельности*. 2012. № 5. С. 32–39.

Маченин А.А. Лишь одна у юности мечта – высота! // *Основы Безопасности Жизнедеятельности*. 2012. № 9. С. 4–10.

Маченин А.А. Школьные годы – время длиною в жизнь // *Образование в современной школе* – 2012. № 10. С. 12–16.

Миндеева С.В. Медиакомпетентность как ключевая в техническом вузе // *Наука Красноярья*. 2012. № 4. С. 134–140.

Миндеева С.В. Необходимость интеграции элементов медиаобразования с курсом математики в техническом вузе // *Magister Dixit*. 2012. № 3. http://md.islu.ru/sites/md.islu.ru/files/rar/statya__3_mindeeva_posled_niy_variant.pdf

Миронова М.П. Музыкально-коммуникативная компетентность педагога-музыканта: терминология, структурные компоненты и содержание // *Казанская наука*. 2012. № 9. С. 247–251.

Мирошкина О.С. «Маленькие герои большого кино»: программа по кинообразованию воспитанников детского дома младшего школьного возраста. // *Психология, социология и педагогика*. 2012. Окт. <http://psychology.snauka.ru/2012/10/1159>

Морозова А.А. Жанровые особенности современной молодежной радиопрограммы (на примере «Радиоточка.ru», г. Верхний Уфалей) / *Жанры СМИ: история, теория, практика: материалы IV и V Всероссийских научно-практических конференций г. Самара 15–16 марта 2012 г.* Самара: Порто-принт, 2012. С. 117–120.

Морозова А.А. Критерии оценки медиаграмотности населения: он-лайн тестирование // *Экономические, юридические и социокультурные аспекты развития регионов / ред-кол.: В.Л. Виницкий и др.* Челябинск: ЧИЭП им. М.В. Ладина, 2012. С. 176–179.

Морозова А.А. Медиабезопасность в эпоху информации // *Информационное поле современной России: практики и эффекты: в 2 т. / под ред. Р.П. Баканова*. Казань: Изд-во Казан. гос. ун-та, 2012. Т. 1. С. 280–287.

Морозова А.А. Особенности работы школьной радиостудии: формула успеха (на примере радио «Мозаика», Челябинск) // *Образовательные технологии XXI века: информационная культура и медиаобразование. ОТ'2012 / под ред. С.И. Гудилиной, К.М. Тихомировой, Д.Т. Рудаковой*. М.: Мнемозина, 2012. С. 69–72.

Морозова А.А. Проблемы функционирования конвергентной редакции в вузе (в рамках журналистского образования) // *Инновации в системе высшего образования / отв. ред. А.В. Федоров*. Челябинск, 2012. С. 31–33.

Морозова А.А. Специфика информационного контента школьных медиаобразовательных радиопроектов (на примере Челябинска) // *Знак: проблемное поле медиаобразования*. Челябинск. 2012. № 1. С. 60–63.

Морозова А.А. Учебные СМИ как средство формирования ценностных

ориентаций // Журналистика в 2011 году: ценности современного общества и средства массовой информации. М.: Изд-во МГУ, 2012. С. 474–475.

Морозова А.А., Ткаченко Ю.А. Социальная журналистика на учебном радио // Известия высших учебных заведений. Челябинск, 2012. № 2. С. 85–92.

Мрочко Л.В. Концептуальные основы медиаобразования молодежи // Вестник Московской государственной академии делового администрирования. Серия: Экономика. 2012. № 2. С. 52–56.

Нечитайлова Е.В. Медиа-урок на основе технологии развития критического мышления // Химия в школе. 2012. № 04. С. 17–21.

Норина Е.Э. Воспитательные возможности традиционных средств народной педагогики и влияние современного телевидения на формирование личностных качеств ребенка // Начальная медиашкола. 2012. № 3. <http://www.mediashkola-plus.ru/>

Орлова О.В. Дискурсивно-стилистическая эволюция медиаконцепта: жизненный цикл и миромоделирующий потенциал: автореф. дис. ... д-ра фил. наук. Томск, 2012. 43 с.

Пищик В.И. Медиакультура как фактор формирования инновационной ментальности поколений // Гуманизация образования. 2012. № 1. С. 41–44.

Салтыкова-Волкович М.В. Дети и средства массовой информации: проблемные аспекты взаимодействия // Начальная медиашкола. 2012. № 3. <http://www.mediashkola-plus.ru/>

Сердюков Р.В. Идеи Маршалла Маклюэна как философско-методологическая основа медиаобразования // Дистанционное и виртуальное обучение. 2012. № 9. С. 100–107.

Собкин В.С., Скобельцина К.Н., Иванова А.И. Телевидение в воспитании дошкольника (по материалам опроса родителей) // Начальная медиашкола. 2012. № 2.

Талалаева Е.М. Роль школьной периодики в развитии рационально-критического мышления учащихся // Искусство и образование. 2012. № 4. С. 110–115.

Уразова С.Л. Телевидение как институциональная система отражения социокультурных потребностей: автореф. дис. ... д-ра фил. наук. М., 2012. 61 с.

Федоров А.В. Анализ стереотипов политически ангажированных медиатекстов на занятиях в студенческой аудитории (на примере фильмов Ренни Харлина «Рожденный американцем» (1986) и «Пять дней в августе» (2011) // Дистанционное и виртуальное обучение. 2012. № 7. С. 67–74.

Федоров А.В. Анализ элитарных медиатекстов на занятиях в студенческой аудитории // Инновации в образовании. 2012. № 8. С. 82–103.

Федоров А.В. Критерии и способы оценивания эффективности медиаобразовательных центров // Журналистика постсоветских республик: 20 лет спустя / под ред. А.П. Короченского и М.Ю. Казак. Белгород: Константа, 2012. С. 227–234.

Федоров А.В. Мифологические основы массовой культуры и обучение сопротивлению влияния медиатекстов // Народное образование. 2012. № 6. С. 259–269.

Федоров А.В. Практика внедрения массового медиаобразования в Польше на современном этапе // Инновации в образовании. 2012. № 10. С. 33–41.

Федоров А.В. Развитие теоретических концепций в украинском медиаобразовании на современном этапе (1992–2012) // Дистанционное и виртуальное обучение. 2012. № 10. С. 8–16.

Федоров А.В. Светская и теологическая медиаобразовательные модели // Медиаобразование. 2012. № 5.

Федоров А.В. Украина: практика внедрения массового медиаобразования на современном этапе // Дистанционное и виртуальное обучение. 2012. № 11. С. 70–78.

Федоров А.В., Онкович А.В. Анализ основных проблем и тенденций развития светского массового медиаобразования в сравнении с теологическим медиаобразованием // *Медиаобразование*. 2012. № 5.

Федоров А.В., Онкович А.В. Тенденции развития светского и теологического медиаобразования в России и за рубежом: актуальность исследования // *Медиаобразование*. 2012. № 5.

Хлызова Н.Ю. Масс медиа как средство формирования медиакомпетентности вторичной языковой личности // *Magister Dixit*. 2012. № 3. http://md.islu.ru/sites/md.islu.ru/files/rar/mass_media_v_formirovanii_mediakompetentnosti_vt_orichnoy_yazykovoy_lichnosti.pdf

Холкина Л.В. Школьная газета как форма творческого саморазвития учащихся // *Magister Dixit*. 2012. № 3. http://md.islu.ru/sites/md.islu.ru/files/rar/statya_holkina.pdf

Челышева И.В. Методика и технология эстетического анализа произведений аудиовизуальной медиакультуры в российском медиаобразовательном процессе // *Magister Dixit*. 2012. № 3. http://md.islu.ru/sites/md.islu.ru/files/rar/esteticheskiy_analiz_0.pdf

Шестеркина Л.П. Медiateкст как целевой элемент системы журналистского образования // *Вестник Южно-Уральского государственного университета*. Серия: Лингвистика. 2012. № 2 С. 60.

Юрченко О.П. История становления и тенденции развития детского медиаобразования во Франции // *Начальная медиашкола*. 2012. № 3. <http://www.mediashkola-plus.ru/>

Юрченко О.П. Медиаобразование в системе дошкольного и начального школьного образования во Франции // *Дистанционное и виртуальное обучение*. 2012. № 11. С. 98–109.

Якушина Е.В. Медиаобразование: как научиться грамотно работать с информацией // *Медиа. Информация. Коммуникация*. 2012. № 3. <http://mic.org.ru/index.php/new/122-mediaobrazovanie-kak-nauchitsya-gramotno-rabotat-s-informatsiej>

Якушина Е.В. Медиаобразование: как научиться грамотно работать с информацией // *Народное образование*. 2012. № 6. С. 185–189.

**Правила представления статей авторами
в журнал «Медиаобразование»**

1. Принимаются к публикации статьи по следующей тематике: история, теория и практика медиаобразования / медиапедагогики, кинообразования; медиаграмотность / медиакомпетентность, медиавосприятие, социология медиаобразования и медиакультуры, рецензии на новые книги по указанной тематике.

2. Все статьи предоставляются по э-почте (tina5@rambler.ru) в формате Word, Times New Roman, 14, через 1 интервал, не более 10–12 стр.

3. Каждая статья сопровождается аннотацией на русском и английском языке (включая перевод названия статьи на английский язык).

4. Каждая статья сопровождается указанием ученой степени, звания, должности, учреждения, города автора статьи – на русском и английском языках.

5. Каждая статья сопровождается ключевыми словами на русском и английском языке (до 10 слов).

6. Подстраничные сноски не допускаются.

7. Ссылки в тексте обозначаются следующим образом: [Иванов, 2011, с. 256–257], т.е. в квадратных скобках с указанием фамилии цитируемого автора.

8. Список литературы дается в алфавитном порядке (без нумерации) на ДВУХ языках (сначала – на русском, потом – в переводе на английский). Статьи БЕЗ списка литературы к публикации НЕ принимаются (за исключением коротких заметок о прошедших конференциях и иных актуальных событиях для раздела «Новости»).

9. Статьи по информатике и техническим средствам обучения (включая историю развития информатики и ТСО) к публикации НЕ принимаются.

10. Публикации в журнале «Медиаобразование» бесплатны для авторов, однако, редакция не имеет возможности выплачивать авторские гонорары.

11. Все присланные статьи рецензируются (анонимное рецензирование) и публикуются только после их экспертного допуска к публикации.

Статьи для публикации в журнале принимаются только по электронной почте tina5@rambler.ru

**Media Education (Russian Journal):
Publication Ethics and Publication Malpractice**

The “Media Education” journal is committed to upholding the highest standards of publication ethics and takes all possible measures against any publication malpractices. All authors submitting their works to the “Media Education” journal for publication as original articles attest that the submitted works represent their authors’ contributions and have not been copied or plagiarized in whole or in part from other works. The authors acknowledge that they have disclosed all and any actual or potential conflicts of interest with their work or partial benefits associated with it. In the same manner the “Media Education” journal is committed to objective and fair double-blind peer-review of the submitted for publication works and to preventing any actual or potential conflict of interests between the editorial and review personnel and the reviewed material.

Articles for journal publication are accepted via email only. E-mail: tina5@rambler.ru

