

МЕДИАОБРАЗОВАНИЕ

№ 2 2008

Российский журнал истории, теории и
практики медиапедагогике

МЕДИАОБРАЗОВАНИЕ

Российский журнал истории, теории и практики
медиапедагогики
№ 2 2008

ISSN 1994-4160 (печатная версия)

ISSN 1994-4195 (интернет-версия)

Журнал основан в 2005 году.
Периодичность – 4 номера в год.

Учредители:

МОО ВПП ЮНЕСКО «Информация для всех»,
Бюро ЮНЕСКО в Москве, Ассоциация кинообразования и
медиапедагогики России, Южно-Уральский Центр
медиаобразования, Российская школьная библиотечная
ассоциация, Таганрогский государственный
педагогический институт, издатель ИП Ю.Д.Кучма

В 2008 году журнал выпускается при поддержке
Администрации Главы Ханты-Мансийского
автономного округа – Югры.

Редакционная коллегия:

А.В.Федоров
главный редактор

Л.М.Баженова	А.П.Короченский
О.А.Баранов	В.А.Монастырский
Е.Л.Варганова	С.Н.Пензин
С.И.Гудилина	Г.А.Поличко
В.В.Гура	В.С.Собкин
А.А.Демидов	Л.В.Усенко
Н.Б.Кириллова	Н.Ф.Хилько
С.Г.Корконосенко	А.В.Шариков

Адрес редакции:

Ассоциация кинообразования и медиапедагогики
России, 109542, Москва,
Рязанский проспект, д.99, офис У-430.

e-mail: tina5@rambler.ru
<http://www.edu.of.ru/mediaeducation>
<http://www.medialiteracy.boom.ru>
<http://www.mediaeducation.boom.ru>

Статьи для публикации в журнале принимаются
только по электронной почте.

© журнал «Медиаобразование»

Информационная поддержка:

Портал Московского Бюро ЮНЕСКО
<http://www.unesco.ru/rus/pages/bythemes/stasya29062005124316.php>
Портал МОО ВПП ЮНЕСКО
«Информация для всех» <http://www.ifap.ru>

СОДЕРЖАНИЕ

Актуальные новости

Парижская программа или 12 рекомендаций
по медиаобразованию (Париж, ЮНЕСКО, 2007)...
Выписка из Резолюции круглого стола
«Медиаобразование: проблемы и пути
развития» (Москва, МГУ, 6 февраля 2008
года).....
Договоры с ООН подписаны.....
Исааков К. Обучать медиаграмоте.....
Чельшьева И.В. Развитие медиаобразования в
Уральском регионе – новые перспективы
развития.....

Страницы истории

Баранов О.А., Калач Е.В.
Эксперимент на себе.....

Практика медиаобразования

Федоров А.В.
Подготовка электронной научной библиотеки
«Медиаобразование»
Латышев О.Ю.
Развитие медиаобразования в интернатных
учреждениях.....
Симаков В.Д.
Проблема этики в детском видеотворчестве.....
Кудрявцева М.Е.
Медиаобразование в контексте гуманитаризации
высшего коммуникативного образования.....
Новикова А.А.
Интегрированное медиаобразование: социальная
реклама на занятиях по английскому языку.....
Кантор А.Р.
Три кита медиаобразования.....

Интервью

Зборовский А., Кантор А.
От «Часа Дворца» к «Камертону».....

Учебные программы

Воронин А.И.
Программа дополнительного образования
учащихся «Медиа»

Книжная полка

Сальный Р.В.
Диалог: медиакомпетентность и
сотворчество.....
Чельшьева И.В.
Опыт Тверской школы кинообразования: кино в
формировании творческого потенциала
подрастающего поколения.....

*Актуальные новости***Парижская программа или 12 рекомендаций по медиаобразованию**

(Париж, ЮНЕСКО, 21-22 июня 2007 г.)

25 лет спустя после принятия Грюнвальдской Декларации (1982), проложившей путь медиаобразованию на международном уровне, эксперты, функционеры, определяющие образовательную политику, педагоги, исследователи, представители неправительственных организаций и медиадееатели со всех регионов мира встретились на Международной конференции, проходившей 21-22 июня 2007 года в Париже.

В рамках этой конференции собрались все заинтересованные лица. Это совместная инициатива французской комиссии ЮНЕСКО при поддержке Совета Европы и Министерства образования Франции. Главной целью конференции было выявить, как протекает процесс медиаобразования в мире, и какие трудности встречаются на пути реализации такого рода образовательной политики и практического опыта, а также разработать практические рекомендации, направленные на повышение уровня медиаобразования и мобилизацию усилий его сторонников.

Участники конференции вновь подтвердили значимость Грюнвальдской Декларации и отметили, что заявления, сделанные в 1982 году, в связи с наступлением информационного общества и новых знаний в контексте глобализации приобретают особую значимость. Значительно возросли роль и место медиа в современном обществе. Чтобы лучше адаптироваться к социальным и профессиональным переменам, сегодня всё больше граждан нуждается в приобретении умений критического анализа информации любых символических систем (образных, звуковых, текстовых), создания собственных медиатекстов. В процесс медиаобразования должны быть вовлечены как можно больше его сторонников. Особая актуальность Грюнвальдской Декларации заключается как в тщательности проведенного анализа, так и в подчеркивании все еще недостаточного общественного признания необходимости медиаобразования.

За последние 25 лет был накоплен обширный и богатый опыт медиаобразования как в учебных, так и во внешкольных учреждениях. На основе практических и теоретических наработок создан детально разработанный банк исследований во всех регионах мира. Однако накопленный опыт и результаты исследований всё ещё остаются недостаточно известными и используются в неполную силу, вследствие того, что медиаобразование всё ещё не продвинулось от стадии эксперимента к стадии широкого практического применения.

Участники конференции признали факт крайней необходимости консолидации международного сообщества для распространения

медиаобразования и необходимости регулярной оценки положения в соответствии с требованиями предложенных рекомендаций.

Также было отмечено, что вышеуказанные действия логически соотносятся с международными обязательствами, входящими в общую схему программы международного сообщества, рассматривающего Цели развития тысячелетия, обозначенные на Всемирном Саммите по Информационному Обществу.

Результатом двухдневной конференции стала разработка 12-ти практических рекомендаций, способствующих выполнению четырех основных актуальных положений Грюнвальдской Декларации:

I. Разработка всесторонних программ по медиаобразованию на всех образовательных уровнях.

II. Подготовка педагогов в области медиаобразования и рост информированности о медиаграмотности всех заинтересованных лиц и организаций в социальной сфере.

III. Проведение исследований в области медиаобразования и распространение их результатов с помощью сетевого вещания.

IV. Международное сотрудничество в области медиаобразования.

Эти рекомендации, разработанные Парижской программой применимы для всех заинтересованных лиц на всех уровнях внедрения, а также координации на местных национальных, региональных и международных уровнях.

I. Разработка всесторонних программ по медиаобразованию на всех образовательных уровнях.

Рекомендация 1. Принять наиболее полное определение понятия «медиаобразование».

Интеграция медиаобразования в школьные программы требует более чёткого определения области медиаобразования. Сегодня уже больше не стоит вопрос о том, как различать образование «при помощи медиа» как педагогического инструментария и образования «о медиа», как предмете для изучения. Сейчас медиаобразование рассматривается в контексте экономической и социальной среды, испытывающих значительные изменения вследствие интенсивного развития информационных и коммуникационных технологий. Медиаобразование применимо ко всем видам медиа независимо от используемых технологий. Вследствие этих перемен медиаобразовательная практика обогащается новыми умениями, относящихся к сфере информационных знаний и интерактивной коммуникации, включая социальные, правовые и этические аспекты.

Концепция медиаобразования включает три основополагающие задачи:

- предоставлять доступ ко всем видам медиа, являющимся потенциальным инструментарием для понимания общества и участия в демократической жизни;

- развивать умения критического анализа получаемых сообщений как новостных, так и развлекательных программ для развития способности быть независимыми и активными пользователями;
- поощрять производство, творчество и интерактивность в различных сферах медийной коммуникации.

Рекомендация 2. Укреплять связи между медиаобразованием, культурным разнообразием и уважением прав человека.

Построенный на этих общих основах курс обучения можно будет адаптировать к разнообразию культурных, образовательных, социальных и экономических контекстов, с тем, чтобы избежать принятия моделей несоответствующих местным условиям.

Практика развития международных обменов по вопросам медиаобразования в условиях феномена глобализации, будет благоприятствовать межкультурному пониманию и продвижению национальных культур повсюду. Медиаобразование будет способствовать доверию между людьми, развивать чувство ответственности в гражданском обществе, а также являться частью граждановедения и правоведения.

Рекомендация 3. Определить основные медиаобразовательные умения и систему оценивания.

Согласно этим принципам основные знания и умения, приобретённые в базовом и междисциплинарном контекстах должны быть специфичны для каждого уровня школьной системы. Их оценивание следует принимать во внимание как учащимся, так и педагогам в ходе обучения. Эти программы следует компилировать и анализировать в ходе сравнительного изучения, что будет способствовать выявлению общих черт и различий; они будут способствовать также чёткому структурированию медиаобразования и повышению эффективности этого курса.

II. Подготовка педагогов в области медиаобразования и рост информированности о медиаграмотности всех заинтересованных лиц и организаций в социальной сфере.

Рекомендация 4. Интегрировать медиаобразование на начальном этапе подготовки педагогов.

Начальная подготовка педагогов является ключевым элементом системы и должна включать как теоретические аспекты, так и практические навыки. Подготовка педагогов должна быть основана на хорошем знании медийных потребностей молодёжи. В современном быстроменяющемся мире эта подготовка должна опираться как на знания, приобретённые в вузе, так и на самообразование. Используемые учебные пособия должны быть апробированы и одобрены педагогами и учащимися.

Рекомендация 5. Развивать эффективные педагогические методы.

Приоритетной задача - выявление новых «активных» методов, требующих пересмотра роли самого учителя, предполагающих более активное участие учащихся, а также установление гораздо более тесных связей между школой и внешним миром. Учебные материалы и инструментариум,

интеллектуальные права собственности, защита авторских прав должны соответствовать новым методам. Следует развивать тесное сотрудничество между педагогами и учащимися в любых формах: от производства печатных руководств до совместной работы в цифровых форматах.

Рекомендация 6. Мобилизовать всех заинтересованных лиц в рамках образовательной системы.

Интеграция медиаобразования в образовательную систему должна объединить всех заинтересованных лиц. Осведомлённость лиц, ответственных за составление учебных программ, директоров школ, руководителей образовательных структур должна возрасти, чтобы в итоге они смогли взять ответственность за принятие решений для легализации вышеуказанных действий. В рамках региональных и национальных представительств для реализации значимых медиаобразовательных инициатив в администрации органов образования должны быть эксперты в области медиа и медиаобразования.

Рекомендация 7. Мобилизовать всех заинтересованных в социальной сфере.

Медиаобразование не может быть ограничено только рамками школы, в нём также должны быть заинтересованы родители, различные ассоциации и медийные профессионалы. Если медиаобразование будет продвигаться от стадии эксперимента к стадии инновационного внедрения, то родители совместно с общественными организациями должны содействовать его внедрению в школьные и внешкольные учреждения. Медиаобразование должно быть интегрировано в профессиональную подготовку журналистов и включать основы правовых и этических знаний. Оно так же должно применяться ко всем медийным профессионалам, кинорежиссёрам, редакторам, дикторам и т.д. Следует приложить все усилия с тем, чтобы оказать поддержку в выпуске и вещании программ высокого качества, лишённых каких-либо стереотипов, особенно по отношению к молодёжи. Следует способствовать диалогу и объединению медиапрофессионалов, педагогов и всех граждан. Властные структуры также должны быть заинтересованы в принятии медиаобразовательных инициатив, как саморегуляции, так и в совместной регуляции, приобретающей все большую роль.

Летние школы, организованные на региональном и национальном уровнях, могут способствовать обмену и распространению наилучших практических наработок, оказывать содействие в подготовке педагогов и распространению медиаобразования. Семинары и фестивали смогут предоставить больше возможностей для знакомства с медиапродукцией молодёжи и способствовать продвижению медиаобразовательных инициатив.

Рекомендация 8. Выделить место для медиаобразования в рамках образования в течение всей жизни человека.

Медиаобразование предназначается не только для молодых людей, но также и для взрослых, для которых медиа - основной источник информации и знаний. В этом контексте медиаобразование можно рассматривать как процесс

качественного получения знаний на протяжении всей жизни. Для тех, кто лишен такой возможности, надо предоставить разнообразные обучающие модули, способные помочь им стать более свободными и активными членами общества. Для большей информированности и самоподготовки в их распоряжение должны быть предоставлены различные методические рекомендации.

Непрерывное образование и самообразование взрослых должно осуществляться на местном уровне при поддержке общественных ассоциаций, неправительственных организаций и экспертов.

III. Проведение исследований в области медиаобразования и распространение их результатов с помощью сетевого вещания.

Рекомендация 9. Развивать медиаобразование и исследования в высшей школе.

Высшее образование - связующее звено между подготовкой специалистов и исследовательской работой. Существующая необходимость в руководстве и контроле эмпирическими разработками требует развития следующих направлений исследования:

- теоретические исследования необходимы, чтобы медиаобразовательные инициативы могли непрерывно следовать за технологическим или социальным развитием; такие исследования следует включать в различные условия производства вещания и использования медиа;
- анализ исследований должен быть как можно ближе к педагогической студенческой практике, с тем, чтобы лучше оценить их возможное воздействие;
- с целью консолидации всех заинтересованных лиц, следует проводить исследования, поддерживать современные достижения в области медиаобразования и осуществлять постоянную подготовку педагогов;
- изучать роль родителей и других заинтересованных лиц в медиаобразовании.

Медиаобразование может осуществляться в рамках междисциплинарных исследований (образования, информационных и коммуникационных наук, социологии и т.д.). Оно должно развиваться в тесном взаимодействии изучения педагогических инноваций, роли и влияния технологий в образовании и особенно дистанционного образования, так как все они основываются на граждановедении, правах человека.

Рекомендация 10. Создать обмен сетевого вещания.

Необходимо накапливать и обмениваться возникающими вопросами, а также делиться возможными путями их решения, с тем, чтобы внести необходимые изменения в систему медиаобразования. Сетевое вещание исследователей, организованное по тематическим группам на региональном, национальном или международном уровнях, будет способствовать такому обмену знаний. Их работу следует вести с учётом тщательной разработки этических рекомендаций. Перспектива запуска национальных или международных исследовательских проектов так же будет стимулировать данные исследования.

IV. Международное сотрудничество в области медиаобразования.

Рекомендация 11. Организовывать и проводить значимые медиаобразовательные международные обмены.

Международные обмены должны иметь стимул и быть хорошо организованы, с тем, чтобы распространять лучшие практические разработки, понимать своеобразие конкретной ситуации и поощрять различные виды сотрудничества. Такая авторитетная организация как ЮНЕСКО, а так же региональные организации Европы, Совет Европы и Европейский Союз способны сыграть важную роль в поддержании локальных инициатив и координации действий. Создание международной палаты по медиаобразованию позволило бы собирать, переводить и предоставлять в распоряжение всю необходимую информацию по медиаобразованию: высококачественные работы по теме исследования, образовательной политики и стратегии по интеграции медиаобразования в программу системы всеобщего образования. Эта палата способствовала бы созданию сетевого вещания основных заинтересованных лиц, помогающих контролировать научное и педагогическое развитие в этой области.

Необходима организация регулярно запланированных международных мероприятий с чётко прописанной программой:

- проведение международных симпозиумов с экспертами высочайшего уровня с целью оценки современных разработок и обновлённых рекомендаций.
- национальные образовательные министерства и другие ответственные органы должны быть информированы о подобного рода деятельности и последующих итоговых документах;
- ежегодные встречи специалистов для обмена, передачи и обогащения опыта, особенно в странах недавно вовлечённых в процесс медиаобразования;
- международные фестивали медийной продукции, созданной учащимися, (возможно, в связи с национальными событиями), с призами и трансляцией по местным медийным каналам.

Рекомендация 12. Поднять значимость и мобилизовать политиков, ответственных за принятие решений.

Медиаобразование не может получить широкого распространения без принятия усилий по увеличению информированности людей и мобилизации всех заинтересованных, в частности политиков высокого уровня, ответственных за принятие решений во всех странах мира. Параллельно с действиями, предпринятыми на национальном уровне с целью мобилизации общественного мнения, ЮНЕСКО в сотрудничестве с другими международными и региональными организациями (Совет Европы и Европейский Союз) выдвигают следующие инициативы:

- международная компания, направленная на информирование о важности медиаобразования для обучения граждан XXI столетия;
- встречи министров образования на международном уровне с целью мобилизации усилий в защиту интеграции медиаобразования в образовательную политику;

- вовлечение (при поддержке ЮНЕСКО) клубов и школьных сетей в медиаобразовательные события, а ещё лучше, проведение фестиваля медиапродукции, созданной молодежью;
- создание кафедр ЮНЕСКО по медиаобразованию, которые будут поддерживать исследователей в конкретных регионах и обеспечивать как теоретическими, так и практическими разработками в области медиаобразования во всём мире.

«Парижская программа или 12 рекомендаций по медиаобразованию» (Paris Agenda or 12 Recommendations for Media Education, 2007) были приняты по итогам международного симпозиума ЮНЕСКО по медиаобразованию Media Education - Advances, Obstacles, and New Trends Since Grunwald: Towards a Scale Change? Подробнее о симпозиуме см. «Сообщение для СМИ» МОО ВПП ЮНЕСКО «Информация для всех» по адресу <http://www.ifap.ru/pr/2007/070625b.htm> Перевод на русский язык выполнен членом Ассоциации кинообразования и медиапедагогике России, старшим преподавателем Таганрогского государственного педагогического института, кандидатом педагогических наук Викторией Колесниченко. Оригинальный текст на английском языке доступен в сети Интернет по адресу <http://www.ifap.ru/pr/2007/070625ba.pdf>

*Актуальные новости***Выписка из Резолюции
круглого стола «Медиаобразование: проблемы и пути
развития» (Москва, МГУ, 6 февраля 2008 года)**

в рамках всероссийской научно-практической конференции «Журналистика в 2007 году. СМИ в условиях глобальной трансформации социальной среды». Москва, факультет журналистики МГУ, 4-6 февраля 2008 года

На современном этапе развития российского медиаобразования следует отметить, что в этой области знаний российскими медиапедагогами и исследователями проделана большая и плодотворная работа по систематизации теорий и концепций медиаобразования, по обобщению зарубежного и отечественного опыта. Медиаобразование заняло свое место в системе научных знаний.

В рекомендациях ЮНЕСКО 1999, 2002 годов подчеркивается, что «медиаобразование - часть основного права каждого гражданина любой страны на свободу самовыражения и получение информации, оно способствует поддержке демократии. Признавая различия в подходах и развитии медиаобразования в различных странах, рекомендуется, чтобы оно было введено везде, где возможно в пределах национальных учебных планов, так же как в рамках дополнительного, неформального образования и самообразования в течение всей жизни человека».

Системно и последовательно продвигают идеи медиаобразования представители Таганрогской школы медиаобразования под руководством А.В.Федорова. В 2002 году учебно-методическим управлением по специальностям педагогического образования Министерства образования и науки Российской Федерации была официально утверждена и зарегистрирована новая специализация для педагогических вузов страны под номером 03.13.30. («Медиаобразование»). Теперь она может осуществляться в любом университете или педагогическом институте России.

Накоплен богатейший опыт в области медиаобразования в Москве, Воронеже, Твери, Санкт-Петербурге, Екатеринбурге, Перми, Кургане, Ростове, Таганроге, Тамбове, Краснодаре, Челябинске. Ведут активную работу по популяризации идей медиаобразования Ассоциация кинообразования и медиапедагогики под руководством А.В.Федорова и Сибирская ассоциация медиаобразования под руководством И.В.Жилавской.

Однако 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 на факультетах

журналистики. 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.

В связи с этим, участники круглого стола считают необходимым признать участие факультетов и отделений журналистики в развитии медиаобразования важной задачей в формировании медиакомпетентной аудитории, подготовленной к жизни и деятельности в информационном обществе.

С этой целью:

- активизировать теоретическую проработку проблемы выявления и использования медиаобразовательного потенциала журналистики с учетом возможностей СМИ различных типов;
- рекомендовать факультетам и отделениям журналистики ввести в планы научной деятельности социологические исследования в области медиаобразования, медиаграмотности и медиакритики;
- активизировать работу ученых и исследователей медиаобразования по изданию сборников статей, монографий, научно-методической литературы по заявленной теме;
- выработать концепцию медиаобразовательных дисциплин для студентов факультетов и отделений журналистики, курсов повышения квалификации для журналистов-практиков и педагогов дополнительного образования в сфере медиаобразования;
- выйти с предложением к Министерству образования и науки РФ рассмотреть вопрос об актуальности и целесообразности введения медиаобразовательного компонента в программу среднего образования;
- создать при факультете журналистики Московского государственного университета (на базе Научно-методического центра преподавателей и исследователей журналистики) Координационный совет по медиаобразованию, в задачи которого будут входить координация научных школ и практик медиаобразования, разработка основных концепций развития медиаобразования, формирование предложений для совершенствования системы подготовки журналистов и медиапедагогов;
- обратиться к Министерству печати и массовых коммуникаций с предложением рассмотреть возможность проведения широкомасштабной просветительской кампании о значении и целях медиаобразования и комплексных исследований его назревших проблем.

Актуальные новости

Договоры с ООН подписаны

12 марта 2008 года исполнительный директор Программы ООН «Альянс цивилизаций /Alliance of civilizations» Ш.Идрисс (Sh. Idriss) подписал официальные договоры о сотрудничестве с Таганрогским государственным педагогическим институтом (Россия) и Ассоциацией кинообразования и медиапедагогике России.

Данные договоры касаются сотрудничества в области создания русскоязычного сектора первого в мире интернет-портала Организации объединенных наций Всемирная палата Медиаграмотности и медиаобразования **Media Literacy Education Clearinghouse** (<http://www.aocmedialiteracy.org>).

С российской стороны эти договоры о сотрудничестве с ООН подписали ректор Таганрогского государственного педагогического института, доктор философских наук, профессор Виталий Владимирович Попов и президент Ассоциации кинообразования и медиапедагогике России, доктор педагогических наук, профессор Александр Викторович Федоров.

(по сообщениям пресс-службы МОО ВПП ЮНЕСКО «Информация для всех»)

Актуальные новости

Обучать медиаграмоте

*К.Исааков,
газета «Вечерняя Москва»
№42 (24820) от 13.03.2008**

В Мадриде под эгидой ООН прошел первый форум «Альянс цивилизаций». В его работе приняли участие главы государств и правительств, министры иностранных дел и культуры, Генеральный секретарь ООН Пан Ги Мун, Генеральный директор ЮНЕСКО Коитиро Мацуура, Генеральный секретарь Совета Европы Терри Дэвис.

Было объявлено о создании медиафонда «Альянс цивилизаций» (Alliance of Civilizations Media Fund), призванного поддержать производство и распространение фильмов и передач, которые учат толерантности, терпимости и взаимоуважению, а также международного портала по проблемам медиаобразования, медиапедагогике и медиакомпетентности – Media Literacy Education Clearinghouse. Россию представлял главный редактор журнала «Медиаобразование», профессор, доктор Александр Федоров. Он сообщил о том, что в нашей стране создается национальный портал – аналог Media Literacy Education Clearinghouse. Портал «Информационная грамотность и медиаобразование» (<http://www.mediagram.ru>), разрабатываемый МОО ВПП ЮНЕСКО «Информация для всех», Ассоциацией кинообразования и медиапедагогике России, Таганрогским государственным педагогическим институтом, будет открыт уже в I квартале 2008 года.

* При перепечатке данной статьи или ее цитировании ссылка: «Газета «Вечерняя Москва»» на первоисточник обязательна.

*Актуальные новости***Развитие медиаобразования в Уральском регионе –
новые перспективы развития**

***И.В. Чельшева,
кандидат педагогических наук, доцент***

Важность и значимость развития медиаобразования в настоящее время уже является аксиомой. На научных конференциях, форумах, встречах исследователей медиаобразования неоднократно подчеркивалась необходимость подготовки и организации повышения квалификации медиапедагогов, предоставления им возможности обмениваться педагогическим опытом, знакомиться с методическими и теоретическими разработками в области медиапедагогики. Уральский региональный центр медиаобразования внес существенный вклад в решение этой важной задачи: в декабре 2007 года в Екатеринбурге по его инициативе были организованы курсы повышения квалификации представителей образовательного сообщества области на тему «Актуальные проблемы телевизионного медиаобразования».

Здесь собрались учителя, работники управления образованием, дополнительного образования, представители общественных организаций из разных городов и районов Свердловской области: Екатеринбурга, Краснотурьинска, Нижнего Тагила, Качканара, Камышлова, Красноуфимска, Каменска-Уральского и других. Всего в работе приняли участие более 30 представителей образовательного сообщества. Работа курсов продолжалась целую неделю, в течение которой были проведены теоретические и практические занятия по медиаобразовательной тематике, основной целью которых являлось повышение уровня профессиональной компетентности образовательного сообщества в сфере телевизионного медиаобразования.

Занятия проводились представителями медиаобразовательных школ России и Великобритании: Н.-М.Кроутер - продюсером, сценаристом, инструктором отдела обучения вещательной корпорации ВВС (канал «Дискавери»); В.Э.Матизеном - кинокритиком, президентом Гильдии киноведов и кинокритиков России, обозревателем газеты «Новые Известия»; Е.А. Бондаренко - членом Ассоциации кинообразования и медиапедагогики России, кандидатом педагогических наук, зав. лабораторией ТСО и медиаобразования, Ученым секретарем Института содержания и методов обучения Российской Академии образования; И.В.Чельшевой членом Ассоциации кинообразования и медиапедагогики России, кандидатом педагогических наук, доцентом Таганрогского государственного педагогического института.

Большой интерес у аудитории вызвало выступление Николы-Мари Кроутер, которая рассказала о процессе создания телевизионных фильмов и образовательных программ для детей в Великобритании, затронула такие важные проблемы современного образования, как активизация учеников во время учебного процесса средствами учебного фильма, развитие познавательных интересов школьников разных возрастов. Слушатели познакомились с фрагментами телевизионных фильмов

и программ разнообразной тематики: учебными, научно-популярными, проблемными медиатекстами.

Огромную заинтересованность слушателей вызвал показ фрагмента из фильма, посвященного профилактике наркомании среди подростков. После демонстрации в аудитории разгорелась дискуссия, в ходе которой обсуждалась данная социальная проблема, сравнивались основные позиции ее решения на материале произведений медиакультуры в России и за рубежом

Н.-М.Кроутер также рассказала аудитории о возможностях интеграции медиа различных видов и жанров, которые предоставляет современным педагогам компьютерная сеть Интернет, о новых образовательных сайтах Великобритании.

Все присутствующие с интересом изучали принципы и основные этапы работы с учебными фильмами, смогли обсудить новые для себя перспективы и возможности интеграции телевизионных медиатекстов с обучением школьников. На последнем этапе занятий Н.-М.Кроутер предложила всем присутствующим поучаствовать в конкурсе на создание собственной телевизионной программы. Нужно отметить, что все команды участников проявили незаурядные творческие способности при ее подготовке и смогли на практике закрепить полученные знания в области интегрированного медиаобразования на материале современного телевидения.

На современном этапе развития медиаобразования значительно возрастает роль медиакритики, так называемой «пятой власти», возможности и перспективы которой сегодня трудно переоценить. Актуальность критического осмысления медиасферы, развития самостоятельного мышления в процессе восприятия и интерпретации медиатекстов очевидна. Живой интерес аудитории вызвало выступление В.Э.Матизена – известного киноведа и кинокритика - «Медиакритика как вектор развития медиаобразования», обозначившее ключевые позиции кинокритики и медиакритики в современном обществе. В процессе занятия Виктор Эдуардович ответил на многочисленные вопросы аудитории о современных телевизионных и кинематографических медиатекстах, поделился своими впечатлениями о нашумевших кинопремьерах.

С огромным интересом курсанты отнеслись к выступлению известного медиапедагога Е.А. Бондаренко по темам «Телевизионное медиаобразование на примере учебного и просветительского телевидения» и «Развитие медиакультуры подростков». Елена Анатольевна рассказала о проблемах восприятия произведений телевизионной медиакультуры. Особое внимание в ее выступлении было уделено учебному и просветительскому телевидению – его истории, основным тенденциям и перспективам развития в российском образовании. Е.А. Бондаренко более 20 лет занимается педагогической деятельностью, она автор научных трудов, медиаобразовательных методик, успешно применяемых в отечественной медиапедагогике. Своим богатым опытом она охотно делилась с аудиторией. Например, слушатели не только узнали об основных этапах создания и использования учебных и просветительских телевизионных программ, но и увидели творческие работы московских школьников, выполненные в разные годы. Нужно отметить, что эти работы не просто демонстрировались в конференц-зале, но и были подкреплены исчерпывающим комментарием преподавателя.

Автор этих строк также участвовала в работе курсов и выступила перед участниками по тематике теоретических и методических основ медиаобразования, рассказала о базовых медиаобразовательных моделях. В рамках занятий также

обсуждались проблемы развития медиакомпетентности, критического мышления школьников. Работа в диалоговом режиме показала, что многие участники хорошо знакомы с исследованиями, проводимыми ведущими медиаобразовательными школами России, проявляют интерес к новым разработкам и направлениям работы со школьниками.

Слушатели подготовили к защите и представили индивидуальные и групповые мультимедийные проекты, рассказывающие об их медиаобразовательной деятельности.

На завершающем этапе работы участники и организаторы курсов собрались за круглым столом «Тенденции развития телевизионного медиаобразования».

Ярким событием в работе курсов стало участие слушателей и преподавателей в съемке телевизионной программы «Решай!» образовательного телепроекта «Камертон». Темой ток-урока «Решай!» стало обсуждение проблемы «Чему может научить телевизор, или кто ответственен за воспитание грамотного зрителя?». Обсуждение важной проблемы медиаобразования на материале современного телевидения не оставило равнодушной аудиторию, которая получила возможность обсудить важные вопросы развития медиаобразования в регионе, а также познакомиться с «кухней» телевизионной съемки.

В процессе работы курсов были обеспечены хорошие педагогические и технологические условия реализации образовательной программы, аудио/видеоаппаратура, компьютерный класс с выходом в Интернет, мультимедийное сопровождение. По окончании работы все слушатели курсов были в полном объеме обеспечены раздаточными материалами на печатных и электронных носителях.

По материалам работы курсов повышения квалификации в настоящее время готовятся к публикации материалы для журналов «Медиаобразование» и «Образование. Медиа. Общество. Пространство сотрудничества», организаторами подготовлен ряд телевизионных сюжетов для телепрограмм «Камертон» и «Час Дворца», выходящих на областном телевизионном канале Урал ТВ.

От имени всех участников хочется поблагодарить организаторов и модераторов курсов повышения квалификации за отличную организацию работы, обеспечение условий для продуктивной работы. Хочется выразить надежду, что в скором будущем подобные мероприятия, проведенные на таком же высоком уровне, станут традицией в российском медиаобразовании, будут хорошим подспорьем для практикующих педагогов, работников дополнительного образования, представителей общественных организаций.

*Страницы истории***Эксперимент на себе**

О.А.Баранов,
кандидат искусствоведения, профессор,
Е.В.Калач

Издательско-полиграфический центр Воронежского государственного университета выпустил новую книгу С.Н.Пензина «Мой Воронеж после войны» (Воронеж: Изд-во Воронеж. гос. ун-та, 2008, 268 с.). Редакция решила рецензию дать в виде беседы о ней двух медиапедагогов, близко знающих автора. Выход книги совпал с 75-летним юбилеем медиапедагога, доцента Воронежского государственного университета, кандидата искусствоведения, члена Союза кинематографистов РФ Сталя Никаноровича Пензина. Поэтому собеседники говорят не только о книге, но и о ее авторе, хорошо известном читателям нашего журнала.

О.Баранов. Если судить по названию, то мой коллега и друг Сталь Никанорович решил отвлечься от медиаобразования ради краеведения. На самом деле это не так. Книга посвящена 90-летию Воронежского государственного университета. Мне посчастливилось побывать в ВГУ, и я знаю, что Воронежский университет тесно связан с историей отечественного медиаобразования. Так получилось, что медиапедагогика, в отличие от многих иных наук, не спущена сверху, и становление ее происходило не только в столице, но и в нескольких российских городах. В шестидесятые годы Воронежский университет стал одним из эпицентров медиаобразования. Причем, если в других вузах упор в то время делался на кинообразование, то работу в этом направлении ВГУ уже тогда можно было смело именовать медиаобразованием (хотя термина этого у нас еще не существовало): воронежцы заинтересовались и кинематографом, и телевидением.

Е.Калач. Точнее телевизионным кино. Сталь Никанорович в пространном вступлении «Мы родом из детства» рассказывает, что после окончания аспирантуры и защиты кандидатской диссертации во ВГИКе в конце 60-х годов вернулся в родной город. Параллельно с преподаванием в ВГУ он принимал участие в так называемом свободном обучении – руководил работой студенческого киноклуба и занимался внедрением кино в учебный процесс. Я окончила исторический факультет ВГУ и знаю, что больше других были заинтересованы в кино историки. В самом деле, изучение двух мировых войн, революций, переворотов и других событий XX века невозможно представить без помощи экрана. В 1967 году по Центральному ТВ прошел многосерийный документальный телефильм «Летопись полувека». Наш университет приобрел позитив этого телефильма. Поражают воображение цифры, которые приводятся в книге: ВГУ получил 51 фильмоноску, в каждой из которых было по шесть тяжелых коробок с пленкой. Впервые в распоряжении преподавателей истории оказалось уникальное количество

документальных киноматериалов: около 90 тысяч метров пленки - на 51 часовой демонстрации. Но для учебных целей это богатство было лишь полуфабрикатом. Во-первых, «Летопись полувека» – не учебный фильм, а документально-публицистический, да еще телевизионный. Во-вторых, ни у кого из педагогов не было навыков использования кино (а тем более, - телевидения) в учебно-воспитательном процессе. В-третьих, нужна была соответствующая техника, специально оборудованные аудитории. Перечень проблем можно продолжить...

О.Б. Ссылкой на собственный опыт могу подтвердить, какая это головная боль для преподавателя – кино в школе и вузе! Помню мне, тогда преподавателю физики тверской школы-интерната № 1, директор поручил организовать школьный кинотеатр с помощью узкоплечной «Украины». А это вам не современный видеопроектор, в который вставил кассету или диск, нажал кнопку – и смотри на здоровье. Мы справились, сами ребята стали у нас кинодемонстраторами. Наш кинотеатр, а вскоре и кино клуб стал гордостью школы. Но признаюсь: многие учителя боялись тогда учебного кино, т.к. было сложно заряжать проектор, путаться в километрах пленки...

Е.К. Вот-вот. А ведь «Летопись полувека» показывать на «Украине» было нельзя, требовалась 35-мм аппаратура, другими словами – стационарная, с киноаппаратной. К счастью, университетское медиаобразование зарождалось в благоприятных условиях: нашлись педагоги-энтузиасты, из Москвы приехал дипломированный специалист. Напомню, что диссертация Сталя Никаноровича была посвящена использованию ТВ для «пропаганды» киноискусства (этим термином было названо будущее кинообразование). Ректорат ВГУ поддержал инициативу, в университете оборудовали три поточные аудитории для просмотра фильмов на 35-мм пленке, организовали собственную киностудию учебных кино- и диафильмов. Ну а дальше – титаническая работа большого коллектива педагогов ВГУ по подготовке учебных кинофрагментов, которые потом тиражировались столичной киностудией «Вузфильм» для всех вузов страны. И не менее важная работа по подготовке методических пособий для преподавателей. За кинопособие и методические разработки к нему С.Н.Пензин и его коллеги были удостоены золотых медалей ВДНХ. Сталь Никанорович и другие педагоги ВГУ проделали в полном смысле слова уникальный эксперимент на себе, аналога которому нет не только в нашей стране, но и в мире. Накопленный бесценный опыт был обобщен в коллективных сборниках, опубликованных в издательстве ВГУ и в Москве - в издательстве «Высшая школа».

О.Б. Да, это очень важная и малоизвестная страница ранней истории медиаобразования. А ведь то был не отдельный эпизод. Я знаю, что 15 лет в ВГУ регулярно проводились межвузовские смотры-конкурсы «Учебный экран». И еще: в Воронеже возник один из первых студенческих кино клубов. Рассказу о нем в книге посвящен очерк «Кино клуб ВГУ». Оказывается, все началось...с картошки: «Я работал преподавателем университета и вместе со студентами ездил на уборку урожая в совхоз «Рогачевский». Однажды осенью

тамошний клуб оказался на ремонте, ребята вечерами заскучали. Съездил в Воронеж, в лаборатории ТСО взял под расписку узкоплёночный проектор, в облкинопрокате набрал фильмов. После ужина студенты тянулись в школу, где я располагался с «Украиной». Показывал фильмы «Я – Куба», «Республика ШКИД», «Я родом из детства», «Иваново детство», «Тени забытых предков» и другие. Сентябрь стоял тёплый. Когда не было дождя, сеанс устраивал прямо на улице. Экраном служила белая школьная стена. Стрекотал аппарат, крутились бобины, не шелохнувшись сидели парни и девушки. Над нами было звездное небо, и я понял, что счастье многогранно... Времени от времени пытался вызвать студентов на откровенность, втянуть в беседу о просмотренных фильмах. Мои зрители как-то конфузились, замыкались или отделялись бесцветными фразами. У них не было навыка формулировать впечатления от увиденного. Вернувшись в университет, решил организовать студенческий киноклуб».

Дальше – интересный и поучительный рассказ о самых первых шагах киноклуба. Если кто-то задумал организовать киноклуб в школе или вузе, ему будет полезно прочитать этот раздел. Согласен с автором: нынешним поклонникам десятой музы сложно представить наши тогдашние трудности. Где и как доставать фильмы? Сталь Никанорович верно характеризует то время: вопреки гнету цензуры были и «отдушины»: в кинопрокате было много фильмов из Восточной Европы. В шестидесятые-семидесятые годы киноклуб «подпитывался» за счет так называемых «малокопеек». Это отечественные фильмы, которые тиражировались по несколько десятков экземпляров на всю громадную страну (вместо тысячных тиражей для привилегированных картин, для которых устраивались всесоюзные премьеры). Воронежцам повезло с университетскими стажерами из Франции, которым присылали фильмы из посольства на узкой плёнке. В киноклубе увидели всю «новую волну» с берегов Сены.

Е.К. Хочу обратить внимание, что студенческий киноклуб – не случайный эпизод, а закономерное звено в воспитательном процессе университета той поры. Он существовал в рамках факультета общественных профессий, его занятия-просмотры проходили в актовом зале и в 407 поточной аудитории, оборудованных широкоэкранным аппаратом. Киноклубу была выделена «Украина». Киноклуб фактически стал факультативным курсом по кино. Его задачей было готовить не кинематографистов, а грамотных кинозрителей. И тем не менее планка качества его занятий была поднята столь высоко, что некоторых кино увлекло до такой степени, что становилось их второй профессией. К примеру, выпускница факультета журналистики Таня Быба стала известным в городе кинокритиком, филолог Галя Евтушенко работала методистом кинотеатров, окончила аспирантуру ВГИКа, Высшие курсы сценаристов и режиссеров. Сегодня она – кинорежиссер и сценарист, удостоенная множества отечественных и зарубежных призов. Гордость киноклуба ВГУ выпускник факультета романо-германской филологии Саша

Гришин, окончивший режиссерский факультет ВГИКа и успевший за свою короткую жизнь поставить три художественных фильма.

Сталь Никанорович раскрывает одну из важных университетских традиций – создавать такую атмосферу воспитания, которая способствовала бы всестороннему развитию личности, проявлению всех талантов. В книге упоминается, что в послевоенном Воронеже не было еще оперного театра, а на сцене ВГУ ставились оперы! Не случайно, кто-то из участников университетской самодеятельности стал солистом оперы. Нельзя без волнения читать и очерк «Студенческий театр». Подумать только еще шла война, в вернушемся из эвакуации университете не хватало всего – помещений, книг, столов и стульев, зимой от холода замерзали чернила, а на сцене актового зала шли репетиции новых спектаклей! Пословица «Когда стреляют пушки, музы молчат» на университет не распространялась. Один из активистов драмкружка ВГУ выпускник химфака Леонид Гуревич стал прославленным на весь мир кинодраматургом-документалистом. Мне кажется, об опыте художественного и эстетического воспитания в послевоенном ВГУ полезно узнать современным медиапедагогам, ибо сейчас мы обладаем колоссальными возможностями для создания вокруг наших учащихся духовной ауры.

О.Б. Признаюсь, читал новую книгу коллеги с захватывающим интересом. Чувствовал, что автору так много хочется рассказать, что он все время невольно перескакивает с предмета на предмет, а потом возвращается назад и так без конца. В книге поднято множество важных для медиаобразования проблем. Каждая из них влечет за собой другие. Две-три из них подробно, с яркими примерами обсуждаются перед тем как вернуться к исходному положению, вызвавшему разговор на данную тему. При том, что внутренняя логика книги не нарушается. Книга ведь названа очень конкретно, она посвящена в основном послевоенной эпохе. Читая ее, ощущаешь, что все мы принадлежим быстротечному времени. Рассказ о военном и послевоенном детстве, отрочестве, юности ведет умудренный годами человек. И вот это чувство преемственности поколений, чувство непрерывности времени так необходимо нам всем. Ведь недаром Гамлет жаловался, что прервана связь времен. Нам, педагогам, вот такой взгляд на жизнь – сквозь призму времени – очень важен.

Е.К. Моя коллега по медиаобразованию Людмила Романова в газетной рецензии на книгу «Откровения и открытия» («Коммуна». 25.01.2008) точно подметила, что многие детали у автора обладают кинематографической выразительностью: «Вообще приметы кинематографического мышления разбросаны по всей книге, что неудивительно для человека, знающего о кино все. Здесь и сравнение нашей послевоенной жизни с фильмами итальянских неореалистов, и точно отобранные приметы времени, и «флэшбэки» – мгновенные возвраты назад среди рассуждений о сегодняшнем, и сравнение послевоенной денежной реформы с грабительской постперестроечной... Текст напоминает взволнованную речь человека, говорящего о самом сокровенном. Вместе с автором испытываешь боль от того, какая жизнь досталась народу-

победителю: вместо жилья – бараки и землянки, очереди буквально за всем, несытое, кое-как одетое и обутое существование...».

Симптоматично, что газета «Берег» (25.01.2008) рецензию на книгу назвала «Футбол на руинах». Дело в том, что одним из исторических первоисточников служат фотографии. Их в книге свыше двухсот: «Нескончаемых полгода через Воронеж проходила линия фронта. Город был не просто разрушен, а фактически уничтожен до основания, на 95 процентов. Что подтверждают фотографии, которыми открывается книга. Среди них есть уникальные: например, студенческий футбол на фоне разрушенного СХИ. Или – духовой оркестр, играющий неподалеку от все тех же обломков сельскохозяйственного института. Такие фотографии говорят сами за себя: жизнь продолжалась на зло врагу».

О.Б. Это одна из заслуг автора, которую хочется отметить: фотографии помогают ему избежать какого-либо обмана. Его девиз – правда и только правда. По словам Достоевского, голая правда так невыносима, что люди бессознательно примешивают к ней щепотку фальши. Против этого и выступает книга: юное поколение нельзя обманывать. Один из выводов книги заключается в том, что в школе и вузе надо прививать учащимся интерес к истории семьи, учебного заведения, поселка и города, учить содержать в порядке свои архивы.

Е.К. Мне кажется, даже сейчас правдивость требует определенную смелость. Сталь Никанорович с любовью вспоминает университетскую многотиражку «За научные кадры», в которую студентом давал фотографии, подробно рассказывает, как ожила она, какие интересные и полезные материалы публиковала при наступлении оттепели. Это ведь совершенно неисследованная проблема медиаобразования – роль внутриинститутских СМИ (газет и журналов) для воспитательного процесса. Но в очерках «За научные кадры», «Летопись полувека» автор называет темы, которые газета освещать никогда не решилась бы: исчезновение по ночам студентов, «свет и тени» в работе военной кафедры, конфликты преподавателей со студентами, ощутившими внутреннюю свободу и т.д.

О.Б. Да, это важно. В конце концов, конечная задача медиаобразования – научить наших воспитанников самостоятельно различать медийную правду и ложь, противостоять экранной и журнальной агрессии. Иначе зачем мы? Книга, которую мы обсуждаем, написана человеком с активной гражданской позицией, которому хочется найти точные слова, чтобы откровенно рассказать о времени и о себе, пробудить в читателе доброту и сострадание. Имею в виду сострадание и к юному герою, и к его сверстникам, товарищам по учебе в школе, в университете, и к родному городу. Когда я был в Воронеже, если бы мог прочитать подобную книгу, то посмотрел бы на город совершенно другими глазами. Автор заражает нас болью за тяжелораненый освобожденный Воронеж, сплошь в развалинах. Мне понятна его радость и гордость, когда он рассказывает, как ценой невероятных усилий город был восстановлен и стал еще краше.

Е.К. Очень важно стремление привить нашим воспитанникам любовь к малой родине. Тут я вижу переключку с В.М.Шукшиным, которого автор боготворит. Василий Макарович вспоминал о своем селе Сростки в повестях и рассказах, приезжал туда снимать фильмы. Точно так же и Сталь Никанорович влюблен в свой Воронеж. При том, что город для него – не только улицы, площади и здания, но в первую очередь мы, его жители. Это как бы гигантское общежитие, где нас объединяют школы, институты, театры, места работы и многое другое. Отсюда и композиция книги: первая глава «Праздник со слезами на глазах» – послевоенный город, вторая – «Мужская школа», третья и четвертая – университет...

О.Б. А последняя – «Искусство без границ», т.е. то, без чего объединение людей невозможно. У автора незыблемое правило: рассказывать лишь о том, что пережил, что видел, хорошо знает. Пионерлагерь, университет, редакции газет, старт провинциального телевидения – все это ему хорошо знакомо. Но он не касается, скажем, спорта и сожалеет, что это прочерк в его детстве и юности. Тот же принцип и в отношении к искусству. Автор – знаток кинематографа, он с ранних лет увлекался книгой, рано научился фотографировать, не пропускал ни одной премьеры в драмтеатре. А вот музыки совершенно не касается.

Меня подкупает, что книга имеет множество точек соприкосновения с медиаобразованием. Не только тематических, но и, если можно так сказать, генетических, т.е. связана со медийным происхождением. Имею в виду, что большинство очерков первоначально были опубликованы в воронежских газетах и журналах. Нашим воспитанникам она дает представление о том, какой должна быть настоящая журналистика – честной, правдивой, глубокой, подталкивающей читателя к самостоятельному анализу и выводам, а не навязывающей их ему.

Е.К. Новая книга будет полезна еще и тем, что это развернутая биография одного из лидеров отечественной медиапедагогики. С.Н.Пензин относится к тем, кто пришел в нашу профессию по призванию. Как он сам признается, с детства любил родной город, школу и кино. Подумать только, в первом классе уже играл с ребятами в учителя, писал и правил диктанты. В восьмом классе был пионервожатым у младшеклассников в школе, а летом – в пионерлагере.

О.Б. Я сам был пионервожатым в пионерлагере и могу подтвердить, что это надежный путь к профессии педагога. Игра и практика – что может быть лучше. Интересно, играл ли автор еще и в кино? В книге об этом не говорится.

Е.К. Играл. Сталь Никанорович рассказывал, что в том же первом классе обрезал у газет белые края, чтобы получались длинные «киноленты». Разбивал их на кадрики и рисовал сюжеты со зверюшками. А в старших классах увлекся изготовлением рекламных миниплакатиков к фильмам. Видел он школьником очень много, ибо работал (официально числился его отец-художник) оформителем афиш летних киноплощадок в Первомайском парке и в Саду строителей. Что характерно, вскоре стал делать рекламплакатики не

только к просмотренным фильмам, но и к прочитанным книгам: ведь он готовился поступать на филологическое отделение Воронежского университета. На каждом плакатике изображалось крупно лицо персонажа или даже какая-нибудь сценка и шла надпись. Другими словами, его уже тогда заинтересовали такие понятия, как композиция, освещение, цвет. Вот почему позднее, когда стал выпускать книги в помощь кинозрителям «Кино как средство воспитания», «Кино от А до Я» и др., то равное внимание уделял и содержанию фильма, и его формальному своеобразию (в первую очередь – его образному строю).

О.Б. Напомню, в шестидесятые годы в кинообразование вело два пути: или через школу (как, к примеру, пришел я), или через киноведение. Сталь Никанорович в школе не работал; он прошел сначала через ТВ, а после аспирантуры ВГИКа получил диплом кандидата искусствоведения. Другими словами, киновед стал педагогом.

Е.К. Небольшой педагогический опыт у него был, т.к. два года преподавал фотографию в Воронежском кинотехникуме. Смотрите, что получается: автор пришел в медиапедагогику, уже познакомившись на практике с такими важными для нее вещами как журналистика, фотография, телевидение и кино.

О.Б. Знаю Сталья Никаноровича несколько десятилетий. Меня всегда восхищали в нем милосердие, критическое отношение к себе и другие важные для интеллигентного человека черты. Сейчас наши с ним взаимоотношения идеальны, мы друзья, пишем вместе статьи, выпустили совместную книгу «Фильм в воспитательной работе с учащейся молодежью». Но таковыми они были не всегда. Как признавался потом мой друг, его насторожило, что о кино клубе им. Довженко много писалось в журналах и книгах, рассказывалось по телевидению. И он, опасаясь повторов, в своих обзорах российского кинообразования стал Тверь обходить молчанием. Позже он признался в своей ошибке и постарался ее исправить.

Сталь Никанорович – один из самых трудолюбивых наших коллег. У него дар ученого-аналитика и одновременно популяризатора. Помню, на одном из заседаний нашего Совета по кинообразованию он представил большой плакат – схему использования кино в работе классного руководителя. Представляете? Он интуитивно понял, какую конкретно помощь может принести кино внеклассной работе.

А каким праздником для нас стало выездное заседание нашего Совета в Таллине, на котором Сталь Никанорович, словно Санта-Клаус, вдруг поставил на трибуну тяжелую сумку и стал раздавать нам всем свою еще пахнущую типографской краской книгу «Кино от А до Я»! То была первая ласточка – настоящее пособие и для учащихся, и для учащихся. Считаю его глубоким теоретиком кино, который в монографии «Кино в системе искусств: проблема автора и героя» сказал принципиально новое слово о природе киноискусства, разделив все фильм на экстравертивные и интровертивные. Ради поддержки последних собственно мы и трудимся.

Е.К. Уверена, Сталь Никанорович сам интроверт, у него богатый внутренний мир он пытается приобщить к духовности и читателя. Поскольку главный герой книги – автор, в ней подробно прослеживается рождение и становление внутренней жизни ребенка, школьника, подростка, студента. Подчеркивается громадная роль в этом художественного творчества: фотографии, живописи, театра (в том числе самодеятельного), кино. Интересны и поучительны его воспоминания о вдруг возникшем в третьем классе запойном чтении книг. Дело в том, что он до войны еще дошколенком привык смотреть много фильмов. И вдруг в эвакуации в далеком сибирском селе, где мама работала учительницей, на целый год оказался отрезанным от кино. И тогда его заменила ему книга, мальчик пристрастился к чтению.

Мы привыкли, что кино – нечто внешнее по отношению к окружающей жизни, а его создатели – абсолютно посторонние нашему существованию. Не то у автора книги. Для него кино – часть повседневности. Он легко преодолевает границу между экранной реальностью и действительностью. Поэтому и кинематографисты, о которых он так интересно рассказывает, – это его школьный товарищ, бывшая его студентка, член киноклуба, знакомый актер из драмтеатра. Даже такую легендарную личность как А.Вертинский сближает с родным городом. Выражаясь высоким стилем, опускает с небес на землю. Пусть на кратчайшее время, но существование знаменитого певца пересеклось с авторским, они встретились, разговаривали. При том, что автор остается восторженным поклонником певца. Одновременно очерк «Кино русского Пьеро» создан объективным и беспристрастным кинокритиком, внесшим вклад в историю отечественного кино.

Героя очерка «Марш Турецкого» автор не знал. Более того, ранее о нем не слышал, да и не мог слышать, ибо творчество выдающегося живописца Бориса Турецкого было вне официального искусствоведения. В таком случае автор прибегает к испытанному приему: расспрашивает тех, кто знал художника, помещает хранящиеся у его родственников фотографии и документы.

О.Б. Ну а когда Сталь Никанорович хорошо знает своего героя, он старается нас как можно ближе с ним познакомить. С особой теплотой он пишет о своих сокурсниках. На меня как педагога глубокое впечатление произвел очерк «Судьба учителя в России», читать его без волнения невозможно. Нельзя не согласиться с автором: педагогика – одна из тех профессий, где все зависит от конкретной личности. Как верно назвали свою киноповесть Г.Полонский и Д.Асанова, у учителя в руках «Ключ без права передачи». Именно таким ключом обладает воронежский педагог Юрий Алексеевич Кульченко.

В книге есть один важный раздел, условно названный «Детки». Речь в нем идет о той части воспитания, которая в послевоенное время была под строжайшим запретом, о половом воспитании, о подготовке будущих граждан к семейной жизни. Сталь Никанорович справедливо указывает, что теперь в школах есть специальный предмет, который по серьезному затрагивает и эту

сторону взрослой жизни – ОБЖ (Основы безопасности жизнедеятельности). И вот тут союз с медиаобразованием просто необходим. Почти все разделы этого предмета, который изучается во всех классах, легко иллюстрировать с помощью СМИ – фрагментов телепередач, кинофильмов, фотографий, газетных репортажей.

Тема, смело затронутая в книге, занимает много места в СМИ. Возьмите современную литературу и кино. Очень часто прекрасные, полезные во всех отношениях книги и фильмы мы не можем рекомендовать воспитанникам из-за двух несовместимых с правилами воспитания условий: обилия откровенных постельных сцен и ненормативной лексики. И еще один важный момент, на который педагогика пока стыдливо закрывает глаза: у наших подопечных появилась возможность знакомиться не только с излишне откровенной эротикой, но и с порнографией. Диски и видеокассеты с пошлейшими записями продаются с рук, порнопродукцию можно найти через Интернет. Как быть? Уговаривать «Низ-зя!» бесполезно. На мой взгляд, это все равно, что из-за боязни несчастных случаев запрещать детям купаться. Надо не запрещать, а просто напосто научить их плавать. Так и тут требуется грамотное, грамотное сексуальное воспитание.

Ну а в книге рассказывается об упущенных возможностях: ведь школы после войны были отдельными, проводить беседы о тайнах взрослой жизни гораздо легче только с мальчиками и только с девочками. Но этого не было. С.Н.Пензин справедливо называет печальные последствия игнорирования этой стороны жизни: бесконечные разводы, безотцовщина, одиночество на всю жизнь.

Е.К. Итак, если попытаться выразить словами основной пафос книги, то это воспитание интеллигентности, духовности. Средней и высшей школой эти и другие важные качества должны культивироваться и передаваться. В этом заинтересовано все общество. Выпускник ВГУ Л.Гуревич, которому посвящен очерк «Спешите делать добро», один из лучших своих фильмов назвал «Эксперимент на себе». Точно так же и С.Н.Пензин рассказал нам о подобном эксперименте: как с помощью искусства в труднейшее послевоенное время стало возможным расширять свой кругозор, заниматься самовоспитанием, восторженно полюбить родной многострадальный город.

*Практика медиаобразования***Подготовка электронной научной библиотеки
«Медиаобразование» ***

*А.В. Федоров,
доктор педагогических наук, профессор*

* Данная статья написана при поддержке Российского гуманитарного научного фонда (РГНФ, проект N 08-06-12103 в - «Подготовка и создание электронной научной библиотеки «Медиаобразование»).

«Российская педагогическая энциклопедия» (М., 1993, с.555) определяет медиаобразование (англ. *media education* от лат. *media* - средства) как направление в педагогике, выступающее за изучение «закономерностей массовой коммуникации (прессы, телевидения, радио, кино, видео и т.д.). Основные задачи медиаобразования: подготовить новое поколение к жизни в современных информационных условиях, к восприятию различной информации, научить человека понимать ее, осознавать последствия ее воздействия на психику, овладевать способами общения на основе невербальных форм коммуникации с помощью технических средств».

Однако, несмотря на важность и актуальность медиаобразовательных задач, в настоящее время в российской науке ощутим явный недостаток всесторонних, фундаментальных проектов, посвященных подготовке и созданию электронной научной библиотеки «Медиаобразование». Между тем, дальнейшее развитие медиаобразования крайне нуждается в реализации такого рода комплексного проекта, который впервые в российской науке ставит перед собой цель решения проблемы подготовки, систематизации, структурирования и представления в электронном виде (на CD и в компьютерной сети с размещением в сети Интернет) информации (полные тексты монографий, авторефератов диссертаций, научных сборников, учебных пособий, научных статей и т.д.) по всем направлениям теории, истории и методики медиаобразования, включая создание электронного энциклопедического словаря по медиаобразованию, базы данных адресов основных сайтов медиаобразовательной тематики.

На сегодняшний день в России можно встретить лишь фрагментарно составленные электронные информационные ресурсы по медиаобразованию, в которых представлены, как правило, отдельные работы ведущих медиапедагогов (см., например, сайты www.mediaeducation.ru, www.mediaeducation.boom.ru, www.ifap.ru, www.fio.ru и др.). Только в 2008 году МОО ВПП ЮНЕСКО «Информация для всех» при поддержке Администрации Главы Ханты-Мансийского автономного округа – Югры приступает к реализации крупного интернет-портала «Информационная грамотность и медиаобразование» (www.medigram.ru).

Российские ученые Е.С.Полат (1998, 2001 и др.), Е.Н.Ястребцева, Я.С.Быховский (1994, 1995, 1999, 2000, 2001 и др.), В.В.Гура (2007) и др. в своих трудах разработали концепции теории и практики создания электронных ресурсов, ресурсов дистанционного обучения, медиатек и т.д., однако они также не ставили своей целью разработку полноценной электронной библиотеки научных и научно-методических трудов по медиаобразованию (включая создание энциклопедического словаря по медиаобразованию). Таким образом, до сих пор не разработаны формулировки и обоснование совокупности теоретических положений, составляющих методологическую основу создания электронной библиотеки по медиаобразованию; нет четкого определения ее существенных признаков, качеств и свойств, не разработаны ее структура, цели и задачи, содержание.

Попытки создания информационных ресурсов (сначала в бумажном виде) по медиаобразованию предпринимались еще в начале 1990-х годов - А.В.Шариковым был подготовлен первый в России краткий каталог литературы по медиаобразованию (1991). В дальнейшем такого рода попытки были продолжены Ю.Н.Усовым (составление 3-х страничного словарика терминов медиаобразования), А.В.Спичкина (составление 3-х страничного словарика медиаобразования, 1999), Н.Ф.Хилько (публикация словаря аудиовизуальных терминов, 2000) и др.

В целом можно отметить, что большинство современных публикаций по теме словарной терминологии, списков медиаобразовательной литературы, диссертаций и т.д. принадлежит научной школе под нашим руководством «Медиаобразование и медиакомпетентность» (на сайте Ассоциации кинообразования и медиапедагогике России <http://edu.of.ru/mediaeducation>, в опубликованных нашим коллективом трудах в «бумажных» изданиях (с 1987 по 2008 годы).

Зарубежные исследователи, посвятившие проблеме медиаобразования немало трудов (Л.Мастерман, Э.Харт, К.Тайнер, Р.Кьюби, А.Силверблэт и др.) продвинулись в этом направлении в гораздо большей степени. Так под редакцией проф. А.Силверблэта в США (1997) был опубликован энциклопедический словарь по медиаобразованию. Аналогичные издания (правда, только на аудиовизуальном материале) были опубликованы во Франции в 1991 году под редакцией М.Мартино.

В последние годы на Западе были сделаны попытки разместить медиаобразовательные ресурсы (правда, как и в России - в хаотическом, неструктурированном виде) в сети Интернет. И только с 2008 года программа ООН «Альянс цивилизаций» объявила о создании первого в мире мультязычного интернет-портала «Всемирная палата Медиаграмотности и медиаобразования» - Media Literacy Education Clearinghouse (<http://www.aocmedialiteracy.org>).

Однако все зарубежные информационные (см., например, сайты <http://www.nordicom.gu.se>, <http://www.clemi.org>, <http://www.mediaeducation.com> и др.)_системы в основном содержали и содержат материалы и тексты,

касающиеся медиаобразования в западных странах (или в таких отдельных странах, как Франция или Индия), никогда не затрагивая российские источники в области медиапедагогики и медиаграмотности. Конечно, мировой опыт попыток создания электронных библиотек, словарей, энциклопедий по проблемам медиаобразования в различных странах нами будет учтен и проанализирован.

Проблемами медиаобразования наш творческий коллектив, занимается уже свыше 20 лет. За это время его руководителем были успешно защищены кандидатская (1986) и докторская (1993) диссертации на тему аудиовизуального медиаобразования школьников и студентов педагогических вузов. 7 членов нашей научной школы успешно защитили кандидатские диссертации на темы развития медиаобразования в США (2000), Канады (2007) и в России (2002, 2005, 2007). В рамках стажировок и научной работы по грантам зарубежных фондов в США (1995, 2003, 2004), во Франции (2002), Бельгии (2001), Венгрии (1998, 2006) и Германии (2000, 2005, 2006) нами также изучались проблемы медиаобразования и медиакомпетентности. неоднократно выступал с докладами на научных конференциях. Материалы исследований нашей научной школы докладывались нами на международных конференциях ЮНЕСКО по медиаобразованию и информационным технологиям (Париж, 1997, 2007; Сан-Паулу, 1998, Вена, 1999, Женева, 2000, Торонто, 2000, Страсбург, совет Европы, 2002; Монреаль, 2003, СПб, 2005; Прага, 2007; Грац, Совет Европы, 2007; Мадрид, ООН, 2008 и др.

Коллектив получил пять грантов Российского государственного научного фонда по тематике, связанной с медиаобразованием (2001-2003; 2002; 2004-2006; 2008; 2008-2009). Всего коллективом опубликовано 15 монографий и 7 учебных пособий, свыше 500 статей в журналах (российских, американских, британских, французских, бельгийских, австралийских, канадских, норвежских, французских, литовских, украинских - включая публикации в журналах «Педагогика», «Alma Mater», «Высшее образование в России», «Искусство и образование», «Человек», «Мониторинг», «Дополнительное образование», «Вестник Российского гуманитарного научного фонда», «Инновации в образовании», Audience, Media i Skolen, Educommunication и др.) по тематике медиаобразования школьников и студентов.

В марте 2000 года наш авторский коллектив запустил в интернет первый в России сайт на двух языках (русском и английском) Ассоциации кинообразования и медиапедагогики России (<http://www.medialiteracy.boom.ru> и <http://edu.of.ru/mediaeducation>). В содержание сайта вошли предварительные наработки авторского коллектива по тематике медиаобразования - по истории, теории, методике, практике и т.д. С начала XXI века наш коллектив стал работать в плотном сотрудничестве с МОО ВПП ЮНЕСКО «Информация для всех» (www.ifap.ru) и Московским Бюро ЮНЕСКО (<http://www.unesco.ru/rus/pages/bythemes/stasya29062005124316.php>). На сайтах этих организаций также размещены многие труды членов нашего коллектива.

Опираясь на результаты данных исследований, нами был подготовлен пакет документов для открытия новой вузовской специализации «Медиаобразование». В июне 2002 года УМО Министерства образования России официально одобрило и зарегистрировало данную специализацию (с присвоением ей гос.номера 03.13.30.). С 1.09.2002 г. в нашем Таганрогском государственного педагогическом институте нами был организован первый набор и обучение студентов по этой специализации (первые выпуски которой состоялись, соответственно, в 2007 и 2008 годах).

Сфера использования результатов проекта - подразделения/факультеты и научные библиотеки педагогических и гуманитарных вузов. Предполагается, что создание электронной научной библиотеки «Медиаобразование» позволит обеспечить широкий доступ пользователей (преподавателей, аспирантов, студентов вузов, учителей и т.д.) к профессионально разработанному информационному ресурсу по тематике медиаобразования, медиаграмотности, медиакомпетентности, медиапедагогике.

Задачи проекта: сформулировать и обосновать совокупность теоретических положений, составляющих методологическую основу проекта; изучить теоретические источники и практический опыт деятелей медиаобразования и дистанционного образования в области создания информационных систем; определить существенные признаки, качества и свойства электронной библиотеки «Медиаобразование»; разработать ее структуру, цели и задачи, содержание; осуществить систематизацию информации, научных и методических трудов по медиаобразованию; разработать и создать электронный энциклопедический словарь по медиаобразованию с последующим его размещением в электронной научной библиотеке «Медиаобразование»; создать базу данных адресов основных интернет-сайтов, учреждений, организаций, имеющих отношение к медиаобразованию; написание и публикация научных статей по теме проекта; представление научной библиотеки «Медиаобразование» по всем направлениям теории, истории и методики медиаобразования, в электронном виде (на CD и в компьютерной сети педагогического вуза) с дальнейшей размещением данной библиотеки в сети «Интернет».

Методологию проекта составляют ключевые философские положения о связи, взаимообусловленности и целостности явлений действительности, единства исторического и логического в педагогическом познании, теория диалога культур М.М.Бахтина-В.С.Библера. 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.). При этом нами используются следующие методы: сбор информации (книг, статей и т.д.), касающейся различных направлений и концепций медиаобразования; анализ научной литературы, имеющей отношение к теме проекта, теоретический анализ и синтез;

обобщение и классификация; анализ и обобщение практического опыта ведущих деятелей медиаобразования.

Сравнительный анализ и систематизация научной литературы, правительственных постановлений, министерских инструкций, педагогической документации, учебно-методической литературы, периодики, документов ООН, ЮНЕСКО, Совета Европы, Европейского Союза, Министерства образования и науки России, материалов научных конференций по проблемам медиаобразования, на наш взгляд, наилучшим образом отвечает задачам проекта, так как без этого невозможно систематизировать, обобщить, структурировать материал для создания электронной научной библиотеки «Медиаобразование». Будут использоваться также технические методы оцифровки печатных источников для последующего размещения их в компьютерной сети вуза и на CD, в сети Интернет, создания электронных каталогов, словаря и т.д.

Среди способов представления результатов выполнения нашего проекта научной общественности можно отметить следующие: доклады на международных, российских, региональных научных конференциях; публикации статей в научно-педагогических журналах; создание и включение в электронную библиотеку «Медиаобразование» базы данных адресов основных интернет-сайтов медиаобразовательной тематики; основных учебных учреждений и организаций, имеющих отношение к медиаобразованию; создание и включение в электронную библиотеку «Медиаобразование» электронного энциклопедического словаря по медиаобразованию. создание научной библиотеки «Медиаобразование» по всем направлениям теории, истории и методики медиаобразования в электронном виде (на CD и в компьютерной сети педагогического вуза) с дальнейшим размещением данной библиотеки в сети «Интернет». Дополнительные возможности реализованного проекта: бесплатное распространение CD с электронной научной библиотекой «Медиаобразование», размещение ее во внутренней компьютерной сети педагогического вуза и в сети Интернет с бесплатным доступом пользователей. После окончания срока действия проекта планируется ежегодное обновление/пополнение электронной научной библиотеки «Медиаобразование».

В настоящее время электронная научная библиотека «Медиаобразование» уже начала наполняться материалами и открыта для свободного доступа в тестовом режиме по адресу: <http://www.edu.of.ru/medialibrary> и <http://edu.of.ru/medialibrary>

Частично материалы данной электронной библиотеки будут включены в состав библиотечного раздела сайта Ассоциации кинообразования и медиапедагогики России (<http://edu.of.ru/mediaeducation>) на федеральном портале Министерства образования и науки РФ.

Развитие медиаобразования в интернатных учреждениях

*О.Ю.Латышев,
кандидат филологических наук*

Медиаобразование в детских домах и школах-интернатах для детей сирот представляется нам в настоящий момент темой, для развития которой повседневная практика интернатных учреждений подготовила благодатную почву. И это несмотря на то, что прошло много лет, прежде чем широкий круг директоров, заведующих и главных врачей в таких учреждениях осознал жизненную необходимость включения медиаобразования в число приоритетных направлений работы своих педагогических коллективов.

Не один год складывалось в интернатных учреждениях необходимое для успешного медиаобразования аппаратное, программное и ресурсное обеспечение образовательного процесса. В отличие от обычных школ, как федеральные, так и местные программы информатизации долгое время обходили стороной интернатные учреждения. И многим руководителям детских домов и школ-интернатов было трудно убеждать управления образования и социальной защиты, которым они подведомственны, в том, что необходимость медиаобразования не только существует, но и просто велика. Также трудно подчас было и в работе с благотворителями. Даже те из них, кто живёт, осознавая необходимость помощи сиротским учреждениям в принципе, иногда с возмущением воспринимали просьбы директоров оказать помощь в развитии компьютерного или ресурсного обеспечения. Благотворители видели свою задачу, прежде всего, в обеспечении детей одеждой, обувью, продуктами питания, в крайнем случае – учебными пособиями и принадлежностями традиционного вида – канцелярскими товарами, учебниками, методической литературой для учителей, воспитателей и администрации учреждения.

Однако успех воспитанников и учащихся на интернет-фестивалях, конкурсах, олимпиадах и тому подобных формах ученической самореализации постепенно убеждал благотворителей в необходимости поддержки медиаобразования со стороны всех, от кого это зависело.

Правомерен вопрос, а везде ли всё так хорошо, и не похож ли этот рассказ на сказку, в которой всё было сначала очень плохо, а потом вдруг почему-то стало так хорошо, что не перестаёшь удивляться? Конечно же, нет. Далеко не всё и не везде одинаково, и сейчас интернатные учреждения в отношении медиаобразования находятся на совершенно разных позициях. Но положение, к которому привели свои учреждения наиболее целеустремлённые коллективы педагогов и воспитанников, могут послужить хорошим примером и для остальных.

К числу передовых в данном отношении сиротских учреждений можно по праву отнести и те, которые участвуют в экспериментальной работе

лаборатории «Школьная медиатека» ИСМО РАО по теме «Использование информационных технологий в образовательных учреждениях для социально незащищённых детей». В некоторых из них работа началась в 2003 году, в других – годом позже. Опыт, накопленный в работе с вошедшими в эксперимент первыми, помог другим учреждениям быстро и безболезненно войти в эксперимент и оказаться в нём на передовых позициях.

Так, например, воронежская школа-интернат № 1 для детей-сирот смогла быстро организовать компьютерные сети локального порядка, куда включены два компьютерных класса и административные помещения. Администрация школы задолго до всеобщего подключения школ к Интернет смогла убедить областное управление образования в том, что для успешной работы по эксперименту Российской Академии образования учреждению необходим выход в глобальную информационную «паутину». Своевременно удалось приобрести и так называемую «периферию» - все актуальные на сегодня устройства для ввода и вывода информации, предназначенной для передачи по компьютерным сетям: сканеры, принтеры, факсы, коммуникаторы, веб-камеры и фотоаппараты, и т.д.

Среди программных средств в интернате быстро появились программы для обеспечения работы компьютеров, компьютерной периферии, а также программы собственно учебного назначения. Последние встали на службу интенсификации образовательного процесса в учреждении. Уже на первых семинарах по организации экспериментальной работы, когда в нашем распоряжении ещё не было таких интегрированных электронных образовательных средств, как «КМ-школа», мы анализировали и сопоставляли возможности, приходящие в наш образовательный процесс с медиа-энциклопедиями и электронными учебниками.

При этом учителя с вполне объяснимым скепсисом воспринимали те электронные средства учебного назначения, которые, по меткому выражению А.А.Журина, можно отнести к разряду «Караоке по-русски». В них печатный текст дублировался дикторским, а скучный иллюстративный ряд не только не пробуждал ученического воображения, но и не предполагал деятельностного подхода в обучении. В них не было ещё электронных конструкторов, пазлов, встроенных в издание игр, развивающих в равной мере как логическое, так и эмоциональное восприятие учеников. Им противопоставлялись те учебники и справочники, которые неидентичны печатному изданию с граммофонной пластинкой на вкладке, типа журналов «Кругозор» или «Колобок», которые были популярны в нашем детстве. В них насчитывалось достаточное количество медийных объектов, работа с которыми могла заинтересовать даже ученика, плохо мотивированного к восприятию учебного материала. Это важно для учащихся обычной школы, в интернатском же случае значимость этого возрастает вдвое. Много учеников-переростков, отстающих как в плане психического развития, так и в плане формирования их образовательных возможностей, а соответственно – и потребностей.

Ресурсное обеспечение образовательного процесса каждого нашего экспериментального детского дома и интерната сегодня включает в себя медийные и традиционные энциклопедии, электронные и печатные справочники, электронные представительства учреждений в сети Интернет, электронные учебники, учебно-методические комплексы и пособия (см., например, Ястребцева и др., 2001).

Говоря о важности новых модификаций традиционных средств обучения, новых педагогических технологий в одной обойме с информационными, мы понимаем, что это само по себе ещё не заменяет и не отменяет традиционных форм, средств и методов, принятых и развитых в ходе работы образовательных учреждений. Новые средства и методы, связанные с их внедрением и применением, необходимы только там и тогда, где и когда они позволяют улучшить качество образовательного процесса, повысить его интенсивность и эффективность. Часто новые средства обучения, методы их внедрения и применения приходят в конфликт с традиционными. Было это и у нас.

Некорректно говорить, в каком городе, но мне довелось выступать перед педагогическим коллективом, администрация которого уже имеет прогрессивные взгляды на развитие образовательного процесса своего учреждения, а сами учителя и воспитатели – пока нет. Перед нами сидели преимущественно пенсионеры и пенсионерки, потому что в городе, где много работы и за интернатскими пределами, причём гораздо более высоко оплачиваемой, с детьми-сиротами пойдут работать только особо преданные делу их воспитания люди. Таких, как водится, не так уж много. И люди пожилого возраста, видевшие компьютер лишь издали, не понимали, чем занять детей, с которыми им подолгу доводится работать. Привезённые нами из других детских домов и интернатов учебно-методические программы, наработанные в процессе обучения учителей, воспитателей и администраторов на курсах Интел «Обучение для будущего», побудили присутствующих иначе посмотреть на образовательный процесс. И решить каждому для себя, насколько эффективно будет его личное участие в этом далее. Разумеется, многие умудрённые опытом сотрудники настороженно воспринимают подобные нововведения, поскольку навзничь опрокидывают их собственные представления о том, как, сколько, где и чему следует обучать воспитанников – хотя бы потому, что в век их работы так (или почти так) было всегда. В тех случаях, когда это происходит, необходимы очень чуткие, мудрые, продуманные решения руководства учреждения, способные позитивно сказаться не только на судьбе использования новых средств и технологий, но и учреждения в целом.

Переезжая из города в город с упругим кейсом, полным электронных учебников и энциклопедий, а также постоянно пополняющихся каталогов ссылок на ресурсы образовательного Интернета, мы с каждым днём всё больше убеждались в том, что именно необходимо для успешного хода информатизации образования и становления медиаобразования в центр педагогического внимания. Прежде всего, для этого требуется всестороннее

понимание потребности, сроков, средств достижения поставленных целей и усилий каждого ответственного за данный процесс члена коллектива образовательного учреждения. Велика в этом роль и представителей органов управления образования - от районных, окружных и городских управлений образования до региональных и федерального министерств образования и науки. Но самое главное – это участие самих учеников. Как только они услышат во дворе, в лагере, да и просто в школе, где учатся с детьми не только из их детского дома, у которого своей школы нет, как интересно работать в образовательном Интернете, а также с электронными учебниками и энциклопедиями, как об этом тут же узнает администрация детского дома.

Каждый директор сейчас стремится делать всё от него зависящее, чтобы детям не только не захотелось убежать из детского дома в другие дома или даже города. Точно также не хочется ему, чтобы воспитанники воровали у воспитателей и сверстников деньги, за которые можно было бы часок-другой поиграть в компьютерном клубе. И уж конечно, ни одному администратору не хочется постороннего негативного влияния, особенно со стороны старших, которое в этих клубах непременно будут оказывать на его воспитанников. Поэтому многие директора идут на открытие даже в малокомплектных детских домах вторых компьютерных классов, в которых дети могли бы изучать прикладные программы, играть в логические компьютерные игры, посещать дружественные детскому дому сайты, а при необходимости – и участвовать в дистанционном обучении по тем или иным учебным дисциплинам.

Учитывая, что в ходе нашей экспериментальной работы растёт число выпускников интернатных учреждений, поступающих в вузы и требующие серьёзной предварительной подготовки средние специальные учебные заведения, возрастает потребность в репетиторах. Взять их, как правило, негде. Никто специальных средств для этого ни детскому дому, ни интернату не выделяет. На помощь приходят электронные репетиторы. В группах, где есть целеустремлённые воспитанники, готовящиеся к выпуску из интерната, также ставятся компьютеры. Это в случае нашего эксперимента – долговременный опыт первого самарского и третьего шахтинского (Ростовская область) детских домов.

В Самаре отдельные компьютеры в помещениях групп связаны по локальной сети с кабинетами детского дома и детдомовской школы, где находятся компьютеры серверы и спутниковый Интернет. Он был там ещё до момента введения полной интернетизации школ России. Отдельные воспитанники проявили в сетевой работе большую инициативу, вовремя были замечены в сети деятелями образования и культуры, и были приглашены работать ведущими сайтов и модераторами чатов на них. А также победили в проекте «История успеха» и были приглашены в Санкт-Петербург на мастер-класс по информационным технологиям.

Конечно, интенсивное увлечение воспитанников всем, что связано с информационными технологиями, не может не обращать на себя пристального внимания со стороны психологов и медиков. Клиповое сознание, например,

присущее большинству современных учащихся, получает в проектной деятельности дополнительную подпитку для своего бурного развития и закрепления норм приобретения детьми недостаточно систематизированных знаний. Более того, чем дальше образование уходит от традиционных форм учебной деятельности, тем всё меньше используются механизмы, которые могли бы противостоять развитию клипового сознания. С другой стороны, такое сознание быстрее оперирует материалом, для освоения которого нам, рождённым в прошлом тысячелетии, и привыкшим «тянуть кота за хвост» в восприятии ценностей внешнего мира, такие скорости подчас оказываются непосильны.

Примером тому может служить вечер в группе детского дома в Челябинске, где мы показывали слайд-шоу о жизни в других детских домах, об увлечениях иногородних сверстников юных челябинцев. Если воспитательница просила уменьшить скорость просмотра слайдов, то воспитанники, напротив, желали её увеличить. Она высказала предположение, что детям не очень интересна тема просмотра. Но они сразу же возразили, поясняя, что им уже и так всё понятно, просто хочется быстрее узнать, что будет дальше. При следующей встрече подростки много вспоминали о предыдущем просмотре, просили продолжить его новым подобным материалом, и задавали множество вопросов, характер которых подтверждал их слова о большом интересе к теме, а также мысль о том, что увиденное оставило в их душах глубокий след.

Когда же мы собирались уезжать и пришли попрощаться, воспитательница сочла нужным извиниться перед нами за то, что дети вели себя подчас нетерпеливо, и воспринимали всё поверхностно. Поблагодарив за радение об успехе нашего общего дела, мы всё же вынуждены были с ней не согласиться, и мягко сказать о том, что восприятие детей не просто адекватно их возрасту и уровню психического развития, но и достаточно глубоко, только проявляется в других, несколько непривычных для нас формах.

Ещё одним поводом для беспокойства со стороны врачей и психологов выступает торможение развития речи, занимающее особое место среди угроз и рисков тотального использования учащимися информационных технологий. И «дыма без огня» здесь, естественно, нет. Тому есть ряд причин. Медийные энциклопедии и электронные учебники звучат, и в какой-то мере даже учат прислушиваться к грамотной устной речи, принадлежащей профессиональным артистам, хорошо поставленным голосом начитывающим учебный материал, подготовленный опытными учителями и учёными. Однако деятельностный подход к развитию речи при работе с энциклопедическим материалом ещё не применён. Речь диктора воспринимается пассивно, а выполнение контрольных заданий по электронным учебникам не предполагает хорошо построенных фраз, сводя ответ к бинарной паре «да»/«нет», либо предлагая неограниченное количество раз нажимать «ОК» в случае с согласия с предложенным вариантом ответа.

Так было ещё совсем недавно. Сейчас же растёт скорость Интернета, его услуги становятся дешевле год от года. И видеоконференции при

дистанционном обучении могут занять своё важное место практически в любом курсе обучения. В беседе с реальным собеседником уже вряд ли удастся отделаться привычными «океями». И хочется кому-то развивать речь, или нет, но уровень её развития у собеседника (а не мастера монологической речи) будет побуждать и учащих подтягивать своё уровень ещё и в этом, чтобы не было стыдно ни за себя, ни за своих одноклассников.

Этим же достигается и ещё одна цель. Утрата способности к живому общению также не на шутку беспокоит тех, кто говорит об отрицательных сторонах медиаобразования. И если при общении в форумах «пациент скорее жив, нежели мёртв», то видеоконференция, где каждый говорит в свою очередь, а другие внимательно слушают, подчас очень ревностно, не прощая никаких речевых промахов с особенно свойственным детям максимализмом, - это уже на редкость живое общение. К тому же продуктивнее, чем в чате. С одной стороны, хорошо, когда чат собирает много участников. С другой, системность высказываний, кто кого и по какому поводу вызывает на разговор, и кто кому на что отвечает, подчас перестаёт быть понятным, потому что фразы во время чата сыплются одна на другую, как осенние листья в ветреную погоду. При этом иногда теряется и ответственность за своё высказывание, поскольку все за всех явно не отвечают, а каждый выбирает только те строки, которые его непосредственно заинтересовали, и не о стиле и характере речи явно пойдёт разговор. Видеоконференция, которую легко записать на тот же самый компьютер, где она просматривается, может быть проанализирована по прошествии события группой учащихся вместе с преподавателем, и необходимые выводы не замедлят появиться.

Вопросы физического здоровья детей также не могут оставлять равнодушным тех, кто за них не просто отвечает головой, но и любит всей душой. Что происходит с ребёнком, долгое время проводящим за компьютером? Об этом уже написано множество книг, мы же должны ограничиться только теми вопросами, которые могут содействовать или препятствовать развитию медиаобразования в интернатных учреждениях.

Во-первых, естественно, зрение. Лучше всего, конечно, увести детей от сидения за монитором «лицом к лицу», даже если экран жидкокристаллический, и не приводит к интенсивному электромагнитному облучению юных пользователей. Дешевеют медиапроекторы, и становятся достоянием всё большего количества школ. Глядя на большой экран, дети не обязательно должны всё время сидеть как истуканы. Они могут стоять, лежать на ковре, ходить, даже танцевать, если учебная ситуация к этому располагает. К слову, это уже практикуется в зонах активности интернатных и школьных библиотек. А во время геокешинга, например, можно ограничиться «пунктирными» обращениями к коммуникатору, а не «напичкиваться» знаниями, получение и «дополучение» которых по беспроводному Интернету возможно практически в любой момент, а не в концентрированном, как при классно-урочной системе, виде, да к тому же и стрессовыми порциями.

Во-вторых, проблема гиподинамии. Нельзя не увидеть тесную взаимосвязь решения проблемы зрения в работе с компьютерной техникой, и недостатка движения в тех же условиях. Если ученики перестанут просто сидеть, а получат возможность свободного перемещения в пространстве учебного помещения, то взгляд каждого ребёнка будет постоянно перебегать с плоского экрана на предметы, имеющие реальный объем и оригинальные пространственные формы.

Важно так строить урок, чтобы медийные объекты на экране дополнялись реальными объектами, электронным конструкторам сопутствовали обычные, рассчитанные на развитие мелкой моторики пальцев, и т.д. Мы ли это придумали? К такому сценарию развития образовательных событий подталкивает нас, не в последнюю очередь, игровая индустрия. Посмотрите, сколько USB-приставок предлагается юным геймерам. Тут и рули, и педали, и перчатки-манипуляторы, и чего только нет. Уход от обычного состояния компьютера уже обозначился. Но это зачастую подталкивает к ещё большему склеиванию повседневной реальности с виртуальной.

Почему бы не пойти дальше, - и в сфере медиаобразования не соединить позитивные условия реального и виртуального миров, взаимодополняющиеся, и делающие представление об изучаемом предмете более развёрнутым, а запоминание освоенного – более глубоким? Мы поработали в области социально-экономического воспитания, и дополнили виртуальные экономические игры настольными. И сразу же увидели, что ребята – большие любители компьютерных игр – с удовольствием отошли от мониторов, и стали «директорами детских домов», «начальниками управления образования» и «банкирами» в настольной игре «Директор детского дома». К мониторам и коммуникаторам они ещё обязательно вернуться, но в свой черёд, когда будут получены и надёжно закреплены знания и умения, получение которых без участия компьютерных средств происходит ничуть не менее интересно и качественно.

В-третьих, неизбежно возникает вопрос осанки, угрозы развития тех или иных видов сколиоза у воспитанников, которые проводят за компьютером много времени и без чьего бы то ни было контроля. Возможность изменения позы тела в учёбе и игре, в том числе - учебной, сознательное включение физических действий в процесс захватывающего освоения материала, необходимо предполагать при построении плана занятия по любому предмету. Богатый опыт совмещения Интернет-деятельности с освоением навыков реального мира накоплен в «Новой цивилизации». Как и любой другой проект, он имеет свои «за» и «против», но при использовании имеющегося в нём опыта можно сделать всё для того, чтобы увеличить первое, и приуменьшить, если не исключить вообще, второе.

Итак, в чём же медиаобразование помогает воспитанникам детских домов, и чем может помочь ещё больше, если своевременно устранить некоторые его побочные эффекты?

Воспитанники, участвующие в процессе медиаобразования:

- лучше других (при прочих равных обстоятельствах) мотивированы к учебной деятельности;
- чаще и легче поступают в колледжи и вузы (в некоторых интернатных учреждениях число таких выпускников быстро стремится к величине 100%);
- менее других подвержены отрицательному влиянию окружающего общества, реже попадают в руки криминального мира;
- лучше относятся друг к другу, к воспитанникам других образовательных учреждений, участвующих в разработке проектов вместе с ними, а также к взрослым;
- приобретают иммунитет в отношении вредных привычек, поскольку новые увлечения информационными технологиями либо вытесняют старые, пагубные, либо не дают развиваться им изначально;
- сохраняют и повышают уровень психического и физического здоровья за счёт более строгого самоконтроля и растущей способности прислушиваться к добрым словам старших.

Количество правонарушений и преступлений среди учащихся, участвующих в медиаобразовании, существенно снизилось. В разумных пределах выросла самооценка, появилось чувство уверенности в своих силах, а у замкнутых детей, подчас считающихся аутсайдерами, появилась возможность реализоваться в группе, которая возникла уже не стихийно, а применительно к какой-то области детских интересов.

Полагаем, что внимательное отношение педагогов и членов администрации сиротских учреждений к вопросам медиаобразования уже в скором времени принесёт ещё лучшие результаты.

Примечания

Ястребцева Е.Н. и др. Интернет для школы: Обзор Интернет-ресурсов по школьным предметам//Лицейское и гимназическое образование. 2001. Вып.6. Спец. прил.

Ястребцева Е.Н. Пять вечеров: Беседы о телекоммуникационных образовательных проектах. М.: изд-во Федерации интернет-образования, 2001. 216 с.

Ястребцева Е.Н., Быховский Я.С. Моя провинция – центр Вселенной: Развитие телекоммуникационной образовательной деятельности в регионах. М.: изд-во Федерации интернет-образования, 2001. 200 с.

Проблема этики в детском видеотворчестве

В.Д.Симаков

Приемная комиссия детского центра киноискусств «Китенок» была поражена содержанием вступительных сочинений. Дети в возрасте от 10 до 15 лет делились своей тревогой о будущем. Они спрашивали себя, как им прожить в окружающем их мире и остаться духовно здоровыми и добродетельными. Как сохранить чистоту, благородство, достоинство среди наркомании, насилия и разврата?

В киноцентре «Китенок» в каждой группе помимо актерских дисциплин, занятия по режиссуре, сценарному и операторскому мастерству. Для ребят проводятся занятия по истории театра и кино, просмотры и обсуждение фильмов. В конце каждого учебного года – запланирована съемка детьми видеофильма по собственному сценарию, со свободной темой.

Вот тут-то и возникает проблема с авторской позицией ребенка. Проблема с этикой и эстетикой, проблема связанная с различными сторонами морали и нравственности, с различными сторонами взаимоотношения человека с обществом и окружающим миром. При съемке видеофильма главное не только его художественное достоинство, но и нравственное осмысление сюжета. С одной стороны, каждый ребенок мечтает снять свой «шедевр». Он полон фантазий, его привлекает кажущая простота создания видеофильма. Порывы, желания, амбиции новичка перехлестывают через край. С другой стороны, задумываются ли юные кинолюбители над вопросом: «А все ли средства хороши на пути к достижению цели?»

Один из парадоксов нашего времени заключается в том, что человек получив свободу для самореализации, зачастую не знает, куда ему идти: у него нет ориентиров, нет цели. Так же и ребенок, получив творческую свободу при съемке видеофильма, не знает, о чем ему говорить, куда вести зрителя, он не видит вокруг себя ориентиров и теряется. В этот момент ему необходим опытный педагог, лидер с ясными и четкими гражданскими, художественными и нравственными убеждениями.

При обучении азам видеосъемки, на самых начальных этапах, педагогу необходимо обращать внимание детей на обе стороны художественного творчества: этику и эстетику. Эстетика – это способность видеть красоту окружающего мира. Этика – это способность оценивать эту красоту по внутренним духовным убеждениям, основанным на обычаях, нравах, привычках принятых в обществе. Соотношение этики и эстетики лежит в основании, на котором строится вся система обучения и воспитания в художественной педагогике. При этом этика фундаментальная нравственная категория, без учета которой все прикладные проблемы художественного творчества бессмысленны.

На занятиях в самодеятельной видеостудии, при обсуждении замысла, педагогу важно в каждом детском фильме расставлять этические ориентиры, предостерегая ребенка от погони за «красивостью» кадров, при отсутствии значимого сюжета, проникнутого высокой нравственностью и духовностью. В тех случаях, когда этика в фильме сведена к нулю, а герои «эстеты» по складу характера, они красиво совершают неблагоприятные поступки. Современный кинематограф изобилует сюжетами в которых одаренные молодые люди красиво грабят банк, виртуозно угоняют автомобили, совершают ритуальные убийства. Этическое начало в поступках этих героев совершенно отсутствует.

С другой стороны, когда в фильме райская, блаженная атмосфера и вокруг «тишь, гладь, да божья благодать», то действие сюжета не развивается, ибо нарушены его композиционные законы. В сюжете необходим конфликт, хотя бы между «хорошим» и «очень хорошим», чтобы зритель сопереживал героям и досмотрел их историю до конца. Главное в творчестве ребенка найти то «золотое» соотношение этики и эстетики в каждом фильме, о котором Белинский говорил: «Если произведение художественно, тем самым оно этично и морально, ибо красота родная сестра нравственности»

Одаренность начинающего кинолюбителя, режиссера и оператора проявляется в потребности выражать себя в творчестве, рассказывать о своих впечатлениях от происходящего вокруг, о сильных чувствах взволновавших его. В видеофильме убеждает не только логика слов, но и магия чувств заполнивших кинокадр. По мнению Льва Толстого, искусство возникает тогда, когда человек, испытав сильное чувство, желает передать его другому. Такое искусство Толстой назвал «всемирным», ибо оно искренне, исходит от души. Всемирное духовное искусство, как солнце светит и согревает всех, оно никому не служит: ни государству, ни «толстосумам», ни эстетствующей богеме. Всемирное нравственное искусство никого не развлекает, не льстит. Всемирное искусство с четкими этическими критериями – это совесть народа, которая соединяет людей.

Главная цель художника – это создание в произведении искусства – так называемого «эмоционального послания», которое передается в результате психологического контакта между автором и зрителем. При съемке видеофильма важно именно это «эмоциональное послание», которое режиссер и оператор фиксируют на экране. На съемочной площадке режиссер и оператор творят душой и сердцем, они создают эмоциональное поле вокруг актера, наполняют своим духовным светом декорации и интерьер, пейзаж, который им очень нравится. Снимая видеофильм, начинающий оператор должен научиться «переводить» свои чувства в эмоциональное послание зрителю, будто в другое измерение. Именно это вызывает большие трудности не только у юных кинолюбителей, но и профессиональных кинематографистов. И тут, конечно, на помощь приходят классические схемы композиции созданные Аристотелем, Станиславским, Эйзенштейном. Однако главное в другом. Если внутренним, духовным светом, или совестью автора, не освещен замысел фильма от первого до последнего кадра, то все его этические нормы будут нарушены. В каждом

детском видеофильме важно не разрушать окружающий мир, а вселять надежду на выживание в нем. И здесь уместно вспомнить высказывание Моцарта: «Если произведение не несет утешение, оно безнравственно».

Этика и эстетика в творчестве ребенка, пожалуй, центральные категории мировоззрения, определяющие его позицию и как художника, и как гражданина, они программируют результаты его деятельности, определяют направление культурного развития всего детского сообщества видеостудии.

Съемка видеофильма это поступок, не только художественный, но и нравственный, человеческий. Вы хотите снять фильм об иконе «Троица» - это поступок. Вы хотите снять фильм о своем дедушке – это тоже поступок. Вы хотите защитить умирающую на глазах деревню – это факт художественный, нравственный и общественный. При художественной съемке видеофильма важен замысел. Какие мысли вы хотите поведать зрителю, какие чувства возбудить в их сердцах? За кого или против чего борется Ваш фильм? Добро или зло проповедуется с экрана?

Сегодня тематика фильмов привлекающая молодежь, постепенно меняется. Прошло время увлечения «чернушной» тематикой, наскучили фильмы «ужасов», истощается интерес к фильмам о «телесной» любви. У детей возникла потребность к таким фильмам, как «Остров», рассказывающей о возрождении души человеческой. Неожиданно для многих педагогов дети заинтересовались древней историей Руси. А поскольку история наука субъективная, то дети имеют возможность взглянуть на «седую» древность по-новому, оценить прошлое из настоящего. При этом ребенку и педагогу важно не увлекаться абстрактным фантазированием в ущерб исторической правде, тем более не лгать. Нельзя легкомысленно и безответственно унижать достоинство наших предков, ради вычурности и оригинальности. Именно этого требует от нас этика.

В работе с ребенком по созданию видеофильма педагогу важно постоянно наблюдать за чашей весов, на которых с одной стороны ошеломляющая, кружащая голову красота, а с другой стороны чистота помыслов, высокая нравственность и духовность. В то же время, создавая светлые, духовные, нравственные сюжеты, идеальные образы героев фильма, самое главное не приспособливаться, не унижаться в компромиссах, а оставаться самим собой, слышать свой собственный голос. Ребенок, снимая взволновавшую его историю, ведя собственный поиск смысла, должен сохранять свое авторское и человеческое достоинства. Ибо искусство, в том числе и видеосъемка, исцеляет души людей, не только зрителей, но и авторов фильма. Эти требования также исходят из понимания этики.

Большинство детей обучающихся в системе художественного образования потенциально одаренны, ибо у них развит дар воображения, парадоксальность мышления, неприятие стандартных решений и это выделяет их. Однако при общении с одаренными детьми этика не позволяет педагогу высказываться о степени таланта ребенка, тем более прогнозировать его творческую судьбу. Не смотря на огромный опыт педагога, его мнение может быть ошибочным. Любая

категорическая оценка способностей ребенка, может повредить выбору настоящей профессии и серьезно «искалечить» его судьбу.

Нельзя обойти стороной один негативный с точки зрения этики, критерий одаренности при видеосъемке – «натасканность». Он включает в себя умения создания фильма по рецептам. Этот критерий зависит от места жительства ребенка, качества дошкольного и школьного обучения, от уровня благосостояния родителей. Что скрывать, для многих родителей и педагогов, важен результат полученный ребенком, гарантированный и скорый, а не средства, которыми этот результат достигнут. Критерий «натасканность» включает в себя не только набор приемов и штампов, но и набор условий не этического порядка, гарантирующих ребенку призовое место. На фестивалях и конкурсах успех видеофильма может быть искусственно организован. Занижены художественные достоинства одних авторов и завышены достижения победителя. В этих случаях процент участия ребенка в фильме незначителен, ибо успех его зависит от тех людей, у которых отсутствует этические критерии в жизни, те, что обычно называют совестью. У высококультурного и одаренного человека, совесть наиболее сильно развита, именно она является проявлением души человека и вдохновляет его на «подвижничество» в жизни и искусстве.

Ребенок, обретая творческую свободу должен иметь достойные ориентиры. Такими ориентирами являются художественное, интеллектуальное и духовное наследие в различных областях искусства. Занимаясь художественной деятельностью при съемке видеофильма, ребенок должен стремиться к успеху, не забывая при этом о средствах его достижения. Каждое творческое решение, принятое по совести, с достоинством, соблюдением этики, определяет не только качество созданного фильма, но и норму поведения начинающего кинематографиста в жизни. Возможно, именно это - важнейшая задача современной кинопедагогике. Ибо когда ребенок научится мерить искусство и жизнь с помощью высших идеалов, основанных на достоинстве, совести, этике, наступит совершенно другая эпоха.

О значении этики в жизни художника как нельзя лучше сказал Пабло Пикассо, заявив в известной притче, что «если во время пожара, мне придется выбирать что спасти – дорогую картину или котенка? Я выберу котенка».

Этика – как критерий одаренности занимает центральное место в позиции культурного человека. По словам Мандельштама, «человек, который говорит на языке культуры, не станет прикуривать от лампы, стоящей у иконы, даже если это практически осуществимо». Но как тяжело бывает подвинуть иного ученика на путь подобного убеждения, заставить осознать этические основы эстетического в творчестве и признать этику критерием одаренности.

Практика медиаобразования

Медиаобразование в контексте гуманитаризации высшего коммуникативного образования

*М. Е. Кудрявцева,
кандидат педагогических наук, доцент*

Глобальные перемены, происходящие в мире в целом и в России в частности, предъявляют новые, серьёзные требования к подготовке специалиста с высшим образованием. Профессионализм в современном мире предполагает не только владение на высоком уровне профессиональными технологиями, но глубокое осознание ответственности за свою деятельность, способность к прогнозированию последствий, которые она может за собой повлечь, предполагает взгляд на человека как цель любой деятельности и меру всех вещей, причастность к ключевым проблемам человечества. Специалист с высшим образованием, представляя собой в лучшем смысле слова культурную элиту общества, должен отдавать себе полный отчёт в назначении своей деятельности, её социальной ценности и целях. В этом по большому счёту и состоит суть гуманитаризации высшего образования, которая предполагает воспитание у студента культуры научного и практического мышления, критического отношения к окружающим его многочисленным текстам культуры, в том числе и медиатекстам, преобразующего созидательного отношения к миру на основе глубокого усвоения им ценностей мировой и отечественной культуры.

Между тем выпускается большое число специалистов разных профессий, хорошо владеющих средствами решения многочисленных профессиональных проблем, однако не имеющих почти никакого представления о конечном смысле своей деятельности как определённого служения людям. Отсутствие этой ценностной осмысленности не только делает для человека невозможным полноценное выполнение своих профессиональных функций, но и наносит вред ему самому, препятствуя личностному развитию. Развивается профессиональная деформация личности, влекущая за собой различные нарушения этики профессионального поведения.

Гуманитаризация высшего образования чрезвычайно актуальна, когда речь идёт о технических вузах, о подготовке инженеров различного профиля, и в психолого-педагогической литературе это нашло своё отражение. Однако, как ни странно это звучит, не менее важна гуманитаризация и самого гуманитарного образования, когда речь идёт о подготовке специалистов в области коммуникации – менеджеров, маркетологов, специалистов по связям с общественностью.

Подготовка специалистов-выпускников гуманитарных факультетов по своей природе предполагает опору на фундаментальные науки – науки о мире и человеке, поскольку специалисты-гуманитарии – педагоги, работники науки,

культуры и искусства - традиционно ориентированы на творческое отношение к окружающему миру, на трансляцию общечеловеческих и культурных ценностей. Появившиеся же в последнее время, чрезвычайно востребованные гуманитарные специальности, такие как менеджмент, маркетинг, связи с общественностью, в своей подготовке ориентируют, скорее, на достижение успеха в политике и бизнесе, при этом общечеловеческие и культурные ценности, формально декларируемые, отодвигаются на второй план и становятся чем-то вроде средства, обеспечивающего успех деловой коммуникации. В результате выпускаются специалисты, прекрасно владеющие своими профессиональными технологиями, однако не выполняющие свою важнейшую, творческую, общегуманитарную функцию. Такое положение вещей, как представляется, не может считаться нормальным, вот почему вопрос о гуманитаризации такого образования продолжает оставаться актуальным.

Данную проблему можно рассмотреть на примере подготовки выпускников гуманитарных факультетов по специальности «Связи с общественностью». В соответствии с государственным стандартом 2000 года важное место в подготовке студентов занимает блок коммуникативных дисциплин, и это является вполне оправданным с точки зрения специфики данной профессии. На первом и втором курсах студентам читается блок фундаментальных и гуманитарных дисциплин, таких как история, культурология, концепции современного естествознания, философия, математика, информатика, психология и педагогика, мировая литература, русский язык и культура речи. Это фундаментальные дисциплины базового уровня, поскольку они призваны сформировать у будущих специалистов определённое мировоззрение, опирающееся на научную картину мира, а также представление о человеке как о субъекте культуры. Кроме того, они выполняют и методологическую функцию, поскольку являются научной основой для дисциплин других уровней.

Фундаментальной дисциплиной следующего уровня является теория социальной коммуникации, так как преимущественно на этой базе строятся все информационно-коммуникативные курсы. В качестве центральной специальной дисциплины изучается курс «Теория и практика связей с общественностью» (или «технологии связей с общественностью»), другие специальные дисциплины могут несколько варьироваться в зависимости от учебного заведения, но, так или иначе, сохраняют свою информационно-коммуникативную ориентацию. На последнем курсе студенты слушают интегративный курс «организация и проведение PR-кампаний», пишут и защищают курсовую работу, которая мобилизует все полученные за время обучения знания, умения и навыки. Работа над этой курсовой является генеральной репетицией перед проведением и написанием дипломного исследования. Таким образом, цикл PR-образования, казалось бы, получает своё завершение. Однако «на выходе» теряется связь с фундаментальными дисциплинами базового уровня, которые, отодвигаясь всё дальше и дальше в

прошлое, рассматриваются студентами, как что-то хотя и интересное, но совсем необязательное для будущей профессиональной деятельности. Совершенствование профессионального мастерства рассматривается исключительно как овладение всё большим числом профессиональных технологий. Понимание своей профессии как творческой хотя и присутствует, но лишь в узком, конкретном смысле, предполагающем использование определённых алгоритмов творческой деятельности.

В то же время специалист по связям с общественностью в идеале является своего рода посредником, призванным гармонизировать отношения между различными группами общественности, препятствовать манипулятивным методам воздействия, часто используемым маркетингом и рекламой, содействовать личностному развитию человека, вне зависимости от экономической или какой-либо другой необходимости. С этими целями связано и творчество специалиста по связям с общественностью, которое предполагает установление всё более глубоких межсубъектных связей между людьми и группами людей и выведение их на качественно новый уровень.

Одна из центральных ролей в подготовке такого специалиста принадлежит медиаобразованию, поскольку именно медиатексты, преломляя под определённым углом зрения многочисленные тексты культуры, формируют ценностное отношение к ним. Деятельность профессионального коммуникатора во многом связана с производством и распространением разнообразных медиатекстов – информационных статей, пресс-релизов, рекламных текстов, устных публичных выступлений и т. п. Для того чтобы в полной мере осознать свою ответственность за оставляемые им в культуре тексты, специалист по связям с общественностью должен быть способен дать правовую, этическую и эстетическую оценку уже существующим текстам.

Такая способность воспитывается в течение всего обучения человека данной профессии (по большому счёту также и в течение всей его профессиональной деятельности). Однако, как представляется, в системе подготовки профессионального коммуникатора должны быть предусмотрены специальные дисциплины, основное назначение которых состояло бы в гуманитаризации уже полученного образования, во включении его в ценностный контекст отечественной культуры. В идеале это должны быть интегративные, завершающие образование дисциплины, но могут быть факультативные курсы, в которых творческие, этические и эстетические аспекты профессиональной деятельности являются приоритетными.

В качестве инструментов, используемых для достижения целей таких дисциплин, может выступать этический и эстетический анализ разнообразных медиатекстов, помогающий молодому человеку сориентироваться как в своей будущей профессии, так и в жизни в целом. О том, что необходимость включения таких дисциплин в образовательную программу подготовки профессиональных коммуникаторов назрела, свидетельствует появление ряда подобных дисциплин в различных вузах России. Это, в частности, такие курсы, как «Человек в социокультурном пространстве постиндустриальной эпохи»,

читающийся будущим PR-специалистам в Южном федеральном университете; «Основы культуры и нравственности» в Таганрогском институте управления и экономики; «Творчество в деятельности по связям с общественностью» в Новосибирском государственном педагогическом университете; «Психология творческой деятельности» и «Этика профессиональной деятельности», читающиеся будущим PR-специалистам в Санкт-Петербургском государственном электротехническом университете «ЛЭТИ». Как видно из названий, в качестве системообразующих звеньев в вышеназванных курсах выступают различные категории, такие как культура, человек, творчество, нравственность, однако, будучи тесно связанными и предполагающими друг друга, они способны создать целостное представление о смысле и назначении любой человеческой деятельности. Поэтому включение в перспективе такого рода дисциплин в образовательные стандарты подготовки специалистов различных коммуникативных профессий представляется отвечающим запросам современного общества.

Практика медиаобразования

Интегрированное медиаобразование: социальная реклама на занятиях по английскому языку

А.А.Новикова

Кандидат педагогических наук, доцент

Слово *реклама* вошло в русский лексикон благодаря французскому влиянию, а первоисточником данной лексемы считается латинский глагол *reclamare* (кричать, выкрикивать). Оксфордский словарь указывает на следующую этимологию слова *реклама* в английском языке: слово *advertise* (объявлять, обращать внимание) возникло в 15 веке от старофранцузского *advertir*, (в свою очередь, произошедшего от латинского глагола *advertere* (обращать) и только к XVIII веку приобрело свое коммерческое значение. Примечательно, что хотя русский и английский термины произошли от разных латинских глаголов, оба слова отражают истоки рекламной коммуникации, стадию распространения ее устной формы.

Историки прослеживают истоки рекламной коммуникации еще в античном обществе (около XIV века до н.э.). Однако переломным моментом в истории развития рекламы считается середина XIX века, что связано с «началом индустриально-массового производства товаров и началом формирования потребительского общества. В этих условиях реклама становится необходимым звеном цивилизованного маркетинга» (Ученова, Старых, 2003, с.192]. Если в 1900 году расходы на все формы рекламы в США составили 500 миллионов долларов, то в 1940 - уже 2 миллиарда долларов, в 1980 - 60 миллиардов, а в 2000 году на рекламу в США было потрачено более 220 миллиардов [Potter, 2001, p.138].

Сегодня рекламный бизнес прочно занял свое место в мировой экономике. Например, доход Omnicom Group, одной из крупнейших в мире сети рекламных агентств, в 2006 году составил более 11 миллиардов долларов. Первая телевизионная реклама, показанная в 1941 году, стоила рекламодателю всего 9 долларов - сумму, которая по сравнению с нынешними расценками на эфирное время, кажется более чем забавной. Сегодня стоимость одной минуты рекламного времени на федеральных каналах в России составляет не менее 5000 долларов. Впечатляет сумма, которую американские рекламодатели готовы заплатить за тридцатисекундный ролик во время Кубка США по американскому футболу - более двух миллионов долларов. И это далеко не единственная программа-«миллионер»: реклама в заключительной серии американской версии реалити-шоу «Последний Герой» (Survivor) стоила один миллион долларов.

Реклама как феномен массовой коммуникации и, следовательно, ее воздействие на человека, стала предметом изучения таких научных дисциплин,

как маркетинг, филология, психология, социология, культурология, media studies и педагогика.

Федеральный закон РФ о рекламе от 13 марта 2006 года № 38-ФЗ определяет рекламу как информацию, распространяемую «любым способом, в любой форме и с использованием любых средств, адресованная неопределенному кругу лиц и направленная на привлечение внимания к объекту рекламирования, формирование или поддержание интереса к нему и его продвижение на рынке» (Статья 3). Одно из положений данного определения кажется неоднозначным, а именно то, что реклама адресуется «неопределенному кругу лиц», неопределенному, возможно, по количеству, но, как известно, реклама создается с учетом демографических и психологических характеристик так называемой целевой аудитории, то есть, для вполне определенной группы людей.

Согласно культурологической концепции рекламы, разработанной на факультете журналистики МГУ, реклама - это «ответвление массовой коммуникации, в русле которого создаются и распространяются информативно-образные, экспрессивно-суггестивные тексты, адресованные группам людей с целью побудить их к нужным рекламодателю выбору и поступку» (Ученова, Старых, 2003, с.7). Как у любого сложного, неоднозначного феномена, у рекламы существуют и другие определения, однако направленность настоящей статьи не предполагает их сопоставительный анализ. Цель данной публикации - обозначить педагогическую перспективу использования рекламы в рамках курса английского языка. Актуальность данной проблематики стала особенно очевидной с введением в России новой специальности - «Реклама» в 1994 году. Но если тринадцать лет назад эту специальность предоставляли единицы вузов, то теперь, в результате изменений на рынке труда, специалисты в области рекламы становятся все более востребованы. Также наблюдается повышение требований к профессиональной компетенции выпускников вуза, включая иноязычную компетенцию- владение иностранными языками.

Современные студенты видят и слышат сотни рекламных объявлений в день. Не будучи самостоятельным средством массовой информации и коммуникации, реклама является определяющей и движущей силой, стоящей за большинством СМИ, воплощением коммерциализации средств массовой информации. Реклама пытается расширить территорию своего воздействия на потребителя всеми возможными способами и распространяется через телевидение, радио, Интернет, газеты и журналы, рекламные щиты и плакаты, листовки, одежду, художественные фильмы и пр.

Осознаем ли мы роль рекламы в нашей жизни? Кто делает выбор, продукцию какой фирмы купить: мы сами, или нам только так кажется? Нужно признаться, что между нашим решением и рекламой существует связь, порой очевидная, а иногда скрытая. Ведь как однажды заметил знаменитый канадский культуролог, социолог и теоретик медиа Маршал Маклюэн, реклама тогда работает по-настоящему, когда ее не замечают. Десятки рекламных сообщений «советуют» нам, что носить, как выглядеть, что есть и что пить. Рекламные

агентства используют различные приемы для того, чтобы убедить нас купить тот или иной продукт или воспользоваться определенной услугой: прием «свидетельства» (известного человека, эксперта, простого потребителя), ассоциацию с желаемым социальным статусом, апелляцию к логике, юмор и многие другие. Убеждающая сила коммерческой рекламы воздействует еще и наше восприятие самих себя, и самооценку. Поэтому кроме первостепенных функций, таких как, информирование о товаре, привлечение внимания потребителя к объекту рекламирования, формирование и стимулирование спроса, исследователи выделяют и скрытые функции рекламы. К латентным функциям рекламы относятся формирование ценностных ориентаций, навязывание определенных поведенческих моделей, образа жизни, культивирование общества потребления.

Семиотический анализ рекламы, к примеру, концентрирует внимание на том, что реклама не только предлагает нам купить что-либо, но и влияет на наше восприятие реальности. Действительно, многие рекламные обращения напрямую не призывают нас к совершению покупки. Вместо этого, они заставляют нас «разгадывать» их, декодировать лингвистические и визуальные знаки. Анализируя рекламу согласно семиотической модели, необходимо идентифицировать визуальные и лингвистические знаки, понять их взаимосвязь и определить, на каких социальных мифах основывается данная реклама, и способствует ли она упрочению этого мифа или подвергает его сомнению. Скажем, распространенный прием - использование фотографии актрисы, модели или певицы в рекламе духов. Коннотацией такого женского образа будет молодость, здоровье, изящность, т.е. такие позитивные характеристики, которые ассоциируются в нашем сознании с понятием «женская красота». Таким образом, анализируя рекламу, мы переходим от денотации знака к его коннотации. Следующий этап - определить идеологическую функцию рекламы. Реклама переносит коннотацию ее знаков (женская красота) на рекламируемый продукт (духи), таким образом, покупка этих духов, кажется, приближает нас к красоте. Как утверждают многие исследователи в области медийных коммуникаций (Дж. Бигнелл, С. Джелли и др.), в основе рекламы лежит не продукт, который нужно продать, а та мечта, которую люди хотят купить. Мастерство создателей рекламы состоит в том, чтобы связать нематериальное (чувство, настроение) с материальным, доступным объектом.

Особое внимание следует уделить построению ключевой вербальной конструкции рекламного сообщения - слогану. Рекламный слоган (от галльского «sluaghgairm» - боевой клич) - запоминающаяся фраза в рекламе, предназначенная для выражения сути рекламной кампании лингвистическими средствами. Как правило, слоган состоит из одного предложения, причем, наличие в нем названия товара не является непременным условием. Часто слоганы построены на принципе ассоциации. Так как слоган должен быть лаконичной и легко запоминающейся фразой, авторы часто используют аллитерацию (Don't Dream it, Drive it!), рифму (Gillette - the Best a Man Can Get), повтор (It keeps going, and going, and going), антитезу (There are some things

money can't buy. For everything else there's Mastercard) и многие другие изобразительно-выразительные средства и фигуры речи. Работа с рекламными текстами представляет определенные трудности культурологического (фоновые знания) и лингвистического (неологизмы, аббревиатуры и т.п.) характера. При переводе слогана с одного языка на другой необходимо передать не только денотативный, но и коннотативный компонент его содержания, что при несоответствии фоновых знаний реципиента и коммуникатора может вызвать проблему. Известно немало примеров, когда перевод слоганов с английского для продвижения товаров в других странах приводили к курьезам. Поэтому часто переводчикам приходится прибегать к адаптации оригинала к социокультурным и языковым традициям страны реципиента.

Задачи занятий по английскому языку, посвященных рекламе - научить студентов всех специальностей распознавать различные рекламные приемы, анализировать рекламные медиатексты, а в результате - принимать самостоятельные, разумные решения в повседневной жизни, выработать сбалансированный, критический взгляд на культуру потребления. Таким образом, такого рода задачи соответствуют ключевой цели медиаобразования, а именно, формирования культуры общения с медиа, развития критического мышления, умений восприятия, интерпретации, анализа и оценки медиатекстов. В то же время, медиаобразовательные задачи интегрируются с целью развития межкультурной компетенции студентов, состоящей из языковой, коммуникативной и культурной составляющих. «Компетентность в терминологическом значении этого слова обозначает не просто сумму усвоенных знаний и приемов, которые личность может по мере необходимости использовать в межкультурной коммуникации, - она предполагает наличие комплекса умений, позволяющий адекватно оценить коммуникативную ситуацию, соотносить интенции с предполагаемым выбором вербальных и невербальных средств, воплотить в жизнь коммуникативное намерение и верифицировать результаты коммуникативного акта с помощью обратной связи» [Леонтович, 2003, с.50]. Что же касается будущих рекламистов, то для них изучение англоязычной рекламы является неотъемлемой частью формирования иноязычной профессиональной коммуникативной компетенции.

В качестве примера приведем план занятия, посвященного социальной рекламе (пятый семестр обучения). **Социальная реклама (Public Service Advertising)** служит напоминанием о риске опасных заболеваний, вреде курения, наркотической и алкогольной зависимости, бездомных детях, социальной незащищенности пенсионеров, экологических и других проблемах. Направленная «на достижение благотворительных и иных общественно полезных целей, а также обеспечение интересов государства» (ФЗ РФ О рекламе, статья 3), она призвана стать одним из инструментов укрепления гуманистических ценностей в обществе. В общем, мотивы, используемые в любых рекламных сообщениях можно объединить в три большие группы [Музыкант, 1998]: рациональные, эмоциональные и нравственные. Для социальной рекламы характерно использование преимущественно

эмоциональных (страха, патриотизма, любви) и нравственных мотивов (справедливости, защиты окружающей среды, порядочности, толерантности).

В результате изучения темы «Социальная реклама» студент должен

<p>А) знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> -основные термины, связанные с социальной рекламой; -основные виды (по способу распространения) и направленность (по целевой аудитории) социальной рекламы; -современные тенденции развития англоязычной социальной рекламы 	<p>Б) уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> -понимать и употреблять в речи терминологию социальной рекламы; -обосновывать связь рекламного сообщения с социокультурным контекстом конкретной страны и исторического периода; -разработать свой вариант социальной рекламы на английском языке
--	--

Контрольные вопросы по теме занятия:

List the key terms used in public service advertising. (Какие основные термины используются в сфере социальной рекламы?)

Which media are most frequently used to promote public service messages? Why? (С помощью каких видов медиа чаще всего распространяется социальная реклама? Почему?)

Identify main target groups that PSA is aimed at. Which medium is each target audience most likely to use? (Назовите основные целевые группы, на привлечение внимания которых направлена социальная реклама. Использование какого вида медиа будет наиболее эффективно для каждой целевой группы?)

What are some of the issues modern PSAs address? (Назовите наиболее актуальные, по вашему мнению, направления социальной рекламы.)

Ключевые слова и выражения:

Public service advertising, public service advertisement (announcement, message), public awareness campaign, target audience, billboard (hoarding), booklet, brochure, slogan, socio-economic groups, social cause (issue), to donate, to sponsor, to volunteer, government agency, non-profit organization, civic/ religious group, types of campaigns: blood donation, domestic violence/crime/disease/ drunk (reckless) driving prevention, emergency preparedness, adoption, troop support.

Основные этапы проведения занятия:

1. Вводная часть.
2. Анализ примеров социальной рекламы из англоязычных медиа: прессы, телевидения, Интернет.
3. Выполнение творческого задания.
4. Подведение итогов.

В вводной части рассматриваются цели и задачи занятия, основная тематика и терминология социальной рекламы. Используются примеры социальной рекламы, созданной одним из классиков рекламной индустрии - Дэвидом Огилви.

Во второй части занятия проводится обсуждение и анализ примеров социальной рекламы из англоязычных СМИ. Например, вниманию студентов предлагается печатная реклама американского Красного Креста. На плакате изображена темнокожая женщина с короткой стрижкой, обращенная лицом к

большому окну (нам видна только его нижняя граница) своего офиса, спиной к зрителю. Она держит руки за спиной, в руках - листы бумаги (вероятно, документы). Изображение занимает примерно 80% всего рекламного пространства. Поверх изображения окна написан слоган: "There is a place where companies will write a check to people who don't even work for them". И ниже с двойным пробелом: "It's called America". Под фотографией расположена узкая белая полоса с дополнительным текстом: Every day you write your signature to do business. Today write your signature to save a life. Contact your local Red Cross chapter or call 1-800-HELP NOW. When you give to the American Red Cross, you give to America. Справа от текста находится логотип Красного Креста и слоган Together, we can save a life (Вместе мы можем спасти чью-то жизнь). Ниже приведены вопросы для анализа рекламного сообщения.

- a) Describe visual images in the advertisement. How is the person portrayed? How old is she? Which social class does she represent? How do you know? What is the posture? Are there other objects in the ad? What do the colours signify?
- b) Comment on the text of the ad. What typeface is used? Does the slogan make use of figures of speech or tropes? What is the slogan saying? Is there additional text besides the slogan? Where is it located? What information does it provide? Translate the slogan into Russian.
- c) Who is the sender of the message? What is the purpose of the ad?
- d) Who is the target audience of the advertisement? Describe its age, gender, educational background, and lifestyle. Is the ad part of a larger campaign? If yes, what might be other ads in it?
- e) Evaluate the effectiveness of the ad. Do you think it's persuasive? Why or why not? What American values does it appeal to? Does it appeal to your emotions? If yes, which emotions? How would you convey the same message for the Russian audience?

Еще одна реклама спонсирована транспортным департаментом США и нацелена на предотвращение вождения автомобиля в нетрезвом состоянии. На белом фоне с левой стороны изображен бокал с коктейлем «Маргарита», а с правой расположен текст, стилизованный под рецепт, коктейль называется "It's not like I'm drunk". Ингредиенты включают: "One too many, one automobile, one missed red light, one false sense of security, one lowered reaction time". Чуть ниже расположены инструкции по приготовлению: "Combine ingredients. Shake. Have another. And another". Наконец, еще ниже написан слоган: "Never underestimate 'just a few'. Buzzed driving is drunk driving". Вопросы/ Задания:

- a) Describe visual images in the advertisement. If you didn't know it's a public service advertisement, what would your guess be?
- b) Read the text of the ad. What does it resemble? Give the Russian equivalent for it.
- c) Who is the sender of the message? What is the purpose of the ad?

- d) Who is the target audience of the advertisement? Describe its age, gender, educational background, and lifestyle. Do you think the ad is part of a larger campaign? If yes, what might be other ads in it?
- e) Evaluate the effectiveness of the ad. Do you like this ad? Why or why not? What would you change in the ad to “improve” it?

На третьем этапе студенты в малых группах выполняют творческое задание по созданию собственной социальной рекламы на английском языке. Варианты заданий: создание рекламного плаката; написание сценария телевизионного/радио сообщения и его инсценировка (в виде домашнего задания – видеосъемка/аудиозапись). Во время заключительной части занятия проводится обсуждение работ, студенты комментируют и оценивают собственные рекламные сообщения.

Так, например, студенты второго курса выбрали печатную форму рекламы и представили социальную рекламу, пропагандирующую здоровый образ жизни («Я выбираю спорт. Спорт - это мой выбор, мой образ жизни»), предупреждающую о вреде курения («Скажи курению The End») и вождении автомобиля в нетрезвом виде («У вас есть деньги на такси или вы пойдете домой пешком?»), а также призывающую родителей уделять больше вниманию своим детям («Мне так одиноко. Никто не понимает меня!»). Несмотря на допущенные в некоторых случаях языковые ошибки и несовершенное оформление, студенческие работы продемонстрировали творческие способности, осознание воспитательной функции социальной рекламы и вовлеченность в процесс создания визуального и вербального компонента рекламы.

Отметим, что тематический спектр занятий английского языка для специальности «Реклама» может включать сравнительный анализ рекламы одного вида товаров или услуг, политическую рекламу, использование юмора в рекламе, продакт плейсмент (product placement) в кинофильмах и телесериалах, гендерная репрезентация, особенности перевода слоганов на русский язык, т.е. должна соответствовать профессиональным интересам студентов. В настоящее время на российском рынке ощущается нехватка специализированной учебной литературы по английскому языку для относительно новой для российских вузов и востребованной специальности «Реклама». Поэтому вопрос создания такого учебного пособия становится все более актуальным.

Примечания

Potter, W.J. (2001). *Media Literacy*. London: Sage Publication.

Леонтович О.А. *Россия и США: Введение в межкультурную коммуникацию*: Учеб. пособие. Волгоград: Перемена, 2003.

Музыкант В.Л. *Теория и практика современной рекламы*. Часть I. М.: Евразийский регион, 1998.

Ученова В.В., Старых Н.В. *История рекламы*. СПб.: Питер, 2003.

Приложение
к статье А.А.Новиковой «Интегрированное медиаобразование: социальная
реклама на занятиях по английскому языку»

The Unit on Advertising Integrated into the Course of EFL

Key vocabulary:

To advertise, advertisement, advert, ad, advertising media, advertising agency, advertising appeal, audience/ target audience, banner, billboard, brand, classified ads, caption, commercial, consumer, direct mail, image, jingle, mail list, mass media, outdoor advertising, poster (board), to promote, prospect, script, slogan, spot, to sponsor, testimonial, transit advertising, yellow pages.

Activity 1. Introduction.

Media concepts: representation, language, audience.

Language focus: speaking

1) Lead-in questions:

Do you see or hear advertisements every day? Where do you encounter ads and how often? Develop a definition of advertising. Then compare it with the dictionary definition (such as, “the action of calling something to the attention of the public especially by emphasizing desirable qualities so as to arouse a desire to buy or patronize”). What media are used for advertising? What are the advantages and disadvantages of each medium?

2) *Students are given the cut-out ads (e.g. glossy magazine advertisements). Students are asked to look at it first very briefly and tell the first thing they noticed. Was it a picture or a text? Then they examine it in detail and answer the questions:*

- What is the product?
- Does it appear in the ad alone or accompanied by other images?
- What qualities does this product have according to the ad?
- Who is the potential buyer of this product? Is it a man or a woman? What is his/her age, social, marital status? What is the target audience of this ad? In what magazine is this ad most likely to be published?

Activity 2. Advertising appeals.

Media concepts: language, audience, agency

Language focus: listening, speaking, writing

Students learn to identify advertising techniques and how they affect the audiences. The teacher records several advertisements from television and plays the tape in class. Then students are asked which commercials they liked more and why. The teacher gives the hand out with a list of techniques and asks students to match them with their Russian equivalents:

<i>Appeal</i>	<i>Мотив</i>
1. happy families	a) патриотизма
2. humor	b) одобрение знаменитости
3. exotic locations/ expensive lifestyle	с) здоровья и экологичности
4. everybody's doing it	d) свидетельства простых потребителей
5. testimonial	e) семейного счастья
6. celebrity endorsement	f) надежности и экономичности
7. value and reliability	g) научности
8. sex appeal	h) сравнения
9. science and statistics	i) страха и неуверенности
10. health and nature	j) сексуальности
11. comparison	к) значимости и статуса
12. patriotism	l) юмора
13. fear and insecurities	m) «быть как все»

Answer key: 1-e, 2- l, 3- к , 4- m, 5- d, 6- b, 7- f, 8- j, 9- g, 10- с, 11- h, 12- a, 13- i.

Students identify the technique used in each commercial, then think of other examples of print or TV ads for each of the techniques. Then students answer the question: "What appeals are often used for advertising the following goods and services?" (perfume, cars, cereal/ cornflakes, medicine, shampoo, clothes, toothpaste, credit cards, mobile telephone companies, insurance companies) .

Activity 3. Gender representation in advertising

Media concepts: representation, audience

Language skills: speaking

The teacher brings different print ads and tape with the recorded commercials. The class discusses the following questions:

- What do men and women in ads usually look like? Describe a typical woman/man that you see in media. Does this image suggest the idea of femininity/ masculinity to us?
- How men and women are usually portrayed in advertisements? Make a list of most common men's and women's roles in ads (e.g. a housewife, a teacher, a model- for women; a sportsman, a businessman- for men).
- What products are advertised using the images of men, and which products are sold using the images of women?
- What "suggestions" or "advice" do the ads give women and men? (e.g. for women- "wear make-up", "be sexy", "color your hair", "stay young", "do the laundry well", etc.; for men- "be cool", "build big muscles", etc.).
- What effect do you think these images may have on the self esteem of teenagers and young adults? Do they reinforce gender stereotypes? Can you give an example of an ad that challenges gender stereotypes?

In the end, in small groups student develop the script or create the print ad that would challenge the stereotypical gender representation.

Activity 4. The catch phrase.

Media concepts: language, audience

Language focus: reading, writing

Students discuss the significance of slogans in advertising campaigns; examine the techniques used for writing slogans. Do the following assignments:

- Match each literary technique with its definition:

1	alliteration	a) an idea, quality represented as a person or living creature
2	allusion	b) indirect mention of some well-known text/ saying
3	analogy	c) inversion in the second of two parallel phrases
4	chiasmus	d) expression of resemblance between things using “as” or “like”
5	hyperbole	e) play on words, a joke
6	metaphor	f) a partial likeness between two things that are compared
7	personification	g) use of the same consonant at the beginning of each stressed syllable
8	pun	h) an unusual, unexpected descriptive word
9	simile	i) exaggeration
10	transferred epithet	j) a word or phrase that describes one thing by stating another thing which it can be compared, without using “as” or “like”

Answer key: 1- g, 2- b, 3- f, 4- c, 5- I, 6- j, 7- a, 8- e, 9- d, 10- h.

- Identify the literary techniques used in the following slogans.

- 1 Maybe she’s born with it, Maybe it’s Maybelline"
- 2 Courtesy and care (Automobile Association)
- 3 The Greatest Show on Earth (Barnum & Bailey Circus)
- 4 Bounty - the taste of paradise
- 5 The King of beers (Budweiser Beer)
- 6 Nothing comes between me and my Calvins (Calvin Klein Jeans)
- 7 Happiness is a quick-starting car (Esso)
- 8 Now hands that do dishes can feel soft as your face (Fairy Washing Up Liquid)
- 9 My Goodness. My Guinness.
- 10 There's a smile in every Hershey Bar (Hershey's Chocolate Candybars)
- 11 Don't dream it. Drive it! (Jaguar)
- 12 All you add is love (Ralston Purina Pet Food)
- 13 Top people take the Times (The Times)
- 14 If it wasn't in VOGUE It wasn't in vogue (Vogue Magazine)

- In small groups develop the slogan or series of slogans for the advertising campaign promoting your home town for tourists.

Activity 5. Advertising: Pro and Contra.

Media concepts: agency, language, audience

Language focus: writing, listening, speaking.

The class divides into two groups and prepares a role play discussion “Advertising: pro and contra”. Suggested roles: a chairman of the television channel, a glossy magazine editor, a manager of an advertising agency, a politician, a sportsman, a film director, a psychologist, a school principal, a charity foundation representative.

<i>Arguments in support of advertising:</i>	<i>Arguments to criticize advertising:</i>
<ul style="list-style-type: none"> • advertising finances a lot of media; • it informs us about products; • it benefits economy, because it stimulates consumption, increases production and employment; • it is an effective way for public service messages (against drug abuse, warning about dangers of drunk driving, AIDS, etc.); • sponsorship is an important source of funding many sport and art events; • it reduces cost of goods by competition; 	<ul style="list-style-type: none"> • advertising creates stereotypes; • it creates false hopes and expectations; • it promotes unrealistic and/or dangerous role models; • it influences the contents of media; • it can limit the range of media texts available to audiences; • it promotes unhealthy products; • it encourages consumerism; • manipulates consumers

References

- Considine, D., Haley, G. (1992). Visual Messages. Englewood, CO: Libraries Unlimited.*
Novikova A. (2004). Teaching Media in the English Language Classroom. Taganrog: Kuchma.
Silverblatt, A. (2001). Media Literacy. Westport, Connecticut and London: Praeger, pp. 208-210.

Практика медиаобразования

Три кита медиаобразования

А.Р. Кантор

По инициативе областного Министерства образования постановлением Правительства Свердловской области создан Региональный центр медиаобразования. Деятельность Центра в соответствии со стратегией Федеральной целевой программы развития образования направлена на развитие институциональных механизмов регулирования в сфере образования, обновления его структуры, содержания, технологий реализации, создания условий для удовлетворения потребностей общества и граждан в качественном образовании.

Программа Центра была одной из ключевых в Комплексном проекте модернизации образования области, который стал победителем в рамках Федеральной целевой программы развития образования. Создание Регионального центра – это следующий принципиальный шаг в развитии общественно-государственного характера управления образованием, в развитии единой образовательной информационной среды в области, в поэтапном переходе к новому уровню медиаобразования – формированию базы и содержания образовательного телевизионного канала, который создается в рамках цифрового телевизионного вещания.

Возрастающая роль средств массовой коммуникации в различных видах человеческой деятельности, их огромное влияние на поступки, мысли и переживания людей актуализировали проблему медиаобразования в современной образовательной системе, в педагогике. Исследователями отмечается роль информационных средств как посредников во всех сферах бытования современной культуры. Фактически возникла особая ее форма, обозначаемая как медиакультура. Медиаграмотность становится в условиях информационной цивилизации условием успешной адаптации подрастающих поколений, их творческой самореализации, а для общества – его конкурентноспособности и успешности.

Медиакультура выступает и как среда жизни современного человека, и как содержание его образования и деятельности. Забота о медиакультурной грамотности есть еще и обеспечение защиты от манипулирования массовым сознанием, становление гражданского общества. Формирование критического мышления, то есть умения осваивать, анализировать, оценивать медиатексты, создавать их – актуальная задача информационного общества, общества знаний.

Человек, который умеет управлять собой, самоорганизованный и информированный, полноценно использующий личностные ресурсы, умеющий эффективно выстраивать свои отношения в медиaprостранстве, мотивированный на самообразование – такой человек нужен сегодня обществу

и медиаобразованию. Медиапедагогика – один из способов формирования такой личности.

Национальный приоритетный проект «Образование» уделяя большое внимание широкому использованию современных, в первую очередь, информационных технологий, оказал существенное влияние на продвижение идей медиаобразования в Свердловской области, разработку креативных моделей сотрудничества, социального партнерства системы образования и СМИ. Речь идет прежде всего о формировании новых составляющих современного востребованного обществом качества образования, поэтапного создания интерактивной медиасистемы с такими базовыми сегментами как телевидение (образовательный проект «Камертон»), печать (ежеквартальный журнал «Медиа. Образование. Общество. Пространство сотрудничества»), интернет-сайт «Медиаобразование: уральский вариант». Все это станет важным фактором конструктивной общественной экспертизы происходящих в системе процессов.

Медиаобразование – это пространство самообразования, и в этом смысле дополнительное и медиаобразование имеют единые психолого-педагогические обоснования, базируются на общих социокультурных принципах. Дополнительное образование – это благоприятная среда для становления медиапедагогики, медиаторчества, формирования медиакультуры высокого достоинства. Обе сферы ориентированы не только на привитие знаний, умений, навыков, но, прежде всего на развитие творческих способностей, становление личности. Дополнительное образование и медиасфера – это добровольные системы, в которые человек попадает по собственной инициативе, руководствуясь собственными интересами и мотивами. Медиаобразование – это сформированная мотивация к постоянному самовыражению.

Дворец молодежи – как институт дополнительного образования Свердловской области, исторически был связан с медиаобразованием. В России медиаобразование своими корнями уходит в кинообразование и в сферу воспитания подрастающих поколений на материале прессы, то есть в юнкорское движение. За рубежом этот процесс часто опирается и на средства массовой информации – телевидение, радио, рекламу – в силу технологической развитости и массового распространения разных медиа и медийных технологий.

В конце 70-х и начале 80-х во Дворце молодежи был проведен уникальный эксперимент. Автором его была М.С.Эбергарт, специалист областного Бюро кинопропаганды. Эксперимент заключался в приобщении учащихся профессионально-технических училищ (Дворец молодежи находился в системе профтехобразования) к языку кино, к пониманию природы и законов киноэкранизации. Это был кинолекторий: «Литература и кино. Экранизация произведений школьной программы». Параллельно с кинолекторием функционировал киноклуб. Обсуждались фильмы реально существовавшего в доперестроечные годы детского и юношеского кинематографа. Это были

фильмы Динары Асановой, Сергея Бодрова – старшего, Юрия Клепикова, Ролана Быкова, Владимира Грамматикова, Валерия Приемыхова и др.

Все это было чрезвычайно ценным опытом также в общении детей и взрослых в межличностных контактах ребят с педагогами, мастерами, которые также участвовали в обсуждениях, в диалогах. К сожалению, подробного описания этого опыта не сохранилось (за исключением брошюрок с учебно-тематическим планом лектория и вопросника для обсуждения фильмов, которые демонстрировались тогда в рамках киноклуба).

В начале 90-х годов прошлого века в Екатеринбурге возникла студия юных журналистов, началось сотрудничество с новой детско-юношеской газетой «Окно». В 1993 году - первая педагогическая лаборатория приглашенного во Дворец молодежи известного российского медиапедагога и социолога А.В.Шарикова, автора программы по медиаобразованию для школы, одного из первых теоретиков российского медиаобразования. Активными уральскими медиапедагогами тех лет были кандидат педагогических наук Е.Черкашин (тогда преподаватель Уральского педагогического университета); доцент кафедры РВ и ТВ факультета журналистики Уральского государственного университета М.Мясникова. Среди них и автор этих строк, член Ассоциации кинообразования и медиапедагогики России, Союза журналистов России, Медиасоюза, возглавляющая ныне Региональный центр медиаобразования.

В середине 90-х годов стали работать медиаclub и школа молодого критика, стартовали два телевизионных проекта (в рамках нового дециметрового канала «4 канал», затем ОТВ) - «Час Дворца» и «Документальный экран России». Так возникла телелетопись уральского образования на долгие годы. В 2008 году этот проект отмечает свое 14-летие.

Принцип конвергентности в сфере медиа получает свое развитие в начале XXI века, когда «Час Дворца», проект, состоящий из более чем 200 программ, начинает выходить и в формате газетной полосы, и на страницах сайта. Это совместный проект «Часа Дворца» с «Областной газетой» и общероссийской газетой «Труд» (1-2 раза в квартал), а также сайт пресс-службы www.dm-pressa.narod.ru. В результате выстраивается обратная связь с аудиторией телепроекта: детьми, родителями и педагогами, чьи оценки, комментарии, решения по тем или иным проблемам появляются на форуме сайта.

Таким образом, медиаобразование в содержательной деятельности Дворца молодежи проходит несколько этапов: от кинообразования, медиаобразования к активному медиатворчеству. «Час Дворца» становится поистине моделью медиаобразования и медиатворчества, так как к работе над проектами активно участвуют учащиеся школ и студенты гуманитарных факультетов уральских вузов, и не только гуманитарных. Активно сотрудничают с программой и в программе студенты уральских университетов, осваивая на практике в совместной деятельности с профессиональными операторами, режиссерами, видеомонтажерами процессы медиатехнологий.

Новый образовательный проект «Камертон», реализуемый на ОТВ при поддержке областного Министерства образования, развивает гуманитарные,

духовно-нравственные традиции «Часа Дворца». Значительный объем эфира здесь отдан также педагогам, родителям, детям.

В области, повторим еще раз, созданы условия для поэтапного перехода к новому уровню медиаобразования – формированию базы и содержания такого мощного информационного ресурса как телевидение. ТВ - как третий субъект образования, новая педагогическая дидактическая ситуация. Проект «Камертон» стал программами диалогов, полилогов, художественно-публицистическим форматом.

Концепция телевизионного образовательного проекта «Камертон» базируется на ключевых идеях медиаобразования, на его теоретических положениях: социокультурном, идеологическом, практическом, «критического мышления». В экспериментальном проекте «Камертон» пять программ диалогового, полилогового и художественно – публицистического форматов.

«Голоса» - это диалог с компетентными экспертами на фоне «гласа народного» - результатов социологических исследований, видеоопросов и так далее.

«Кабинет» - диалог как поиск истины, как размышления о сути и судьбах нашего образования, об образовании, формирующем культуру личности. Это разговор посвященных, мыслителей, интеллектуалов.

«Решай!» - полилоговый формат, программа, которую мы обозначили как ток – урок. Ток в переводе с английского – обсуждение, разговор; урок, как известно, форма монолога – учитель - ученик. Ток-урок «Решай!» - это дебаты учеников и учителей, учеников и учеников, здесь есть место сомнению и резкой оценке, критике. Ведущие дискуссий, профессиональные модераторы помогут участникам разговора выработать и принять решение или продолжить разговор на сайте Регионального центра медиаобразования, в других программах «Камертона».

Документальные сериалы «Эпоха» - история Урала через историю семьи, через судьбы наших земляков – уральцев, известных научно-исследовательских и производственных коллективов Урала. В эфире с успехом прошли фильмы «Екатеринбургская сага», «Непростая фамилия Шеины», «Большой космос: уральские страницы» по книге А. Дунышина «Космос. Ракеты. Судьбы».

Миссия телевизионного образовательного проекта «Камертон» - в создании информационных аудиовизуальных (когнитивных, эмоционально-ценностных, духовно-нравственных) стимулов и условий для формирования у гражданина, ребенка и взрослого уважения к себе, своей семье, своему дому, своей малой родине, своему Уралу, своей России, позитивного мироотношения человека, стремление к достижению самообразованности, саморазвитию.

Региональный центр медиаобразования выстраивает свою деятельность по трем векторам развития: креативному, образовательному, исследовательскому. С одной стороны - творческая работа по созданию образовательного и общественного телевидения, с другой - повышение медиакультуры аудитории,

способной влиять на содержание ТВ – проектов, формировать их, активно участвуя в тех или иных программах.

Впервые в нашей области по инициативе Центра при поддержке областного Министерства образования, а также в рамках Федерального гранта проходят социологические исследования «Потребности аудитории в телевизионном медиаобразовании» и «Разработка положений концепции и элементов художественно-информационной модели телевизионного канала». Исследования осуществляются коллективом под научным руководством доктора философских наук, вице-президента Российской социологической ассоциации Г.Е.Зборовского. В научный коллектив входят социологи, педагоги, представители медиасферы, как теоретики, так и практики. Этот коллектив осуществляет междисциплинарное исследование, которое даст возможность определить перспективы развития и содержания телевизионного медиаобразования, позволит обосновать предложения по его развитию.

Первые шаги в сфере повышения квалификации образовательного сообщества: педагогической и родительской общественности, представителей детских и молодежных движений предприняты Центром также в рамках Федерального гранта. Центром совместно с кафедрой РВ и ТВ факультета журналистики Уральского государственного университета разработана образовательная программа «Актуальные проблемы телевизионного медиаобразования».

Прозвучавшие на ток-уроке «Телевидение будущего» программы «Решай!» размышления социологов и бизнесменов, искусствоведов и психологов, медиакритиков, педагогов и родителей, учащихся – школьников и студентов, управленцев, особенно ценны сегодня для выстраивания эффективных отношений Регионального центра медиаобразования с разными институтами общества, для определения стратегии медиаобразования на Среднем Урале.

Интервью

От «Часа Дворца» к «Камертону» *

* Интервью начальника Регионального центра медиаобразования, члена Ассоциации кинообразования и медиапедагогике России, Союза журналистов РФ, дипломанта и победителя всероссийских и региональных телевизионных конкурсов Анны Кантор корреспонденту А.Зборовскому.

В ближайших планах Губернатора и Правительства Свердловской области создание в цифровом формате вещания специального образовательного телеканала. Со временем он распространится по всей территории Свердловской области. Основу канала закладывает образовательный проект «Камертон» - детище Регионального центра медиаобразования. Центр создан по инициативе областного Министерства образования постановлением Правительства Свердловской области. Деятельность этой структуры направлена на гуманизацию и гуманитаризацию образовательного процесса, его демократизацию, на повышение качества образования – все то, что сегодня является содержанием и сутью национального приоритетного проекта «Образование». Главное направление в деятельности Центра – формирование образовательного просветительского контента такого мощного информационного ресурса как телевидение – с одной стороны, а с другой - повышение информационной культуры, медиакультуры аудитории, телепроекта, а в будущем и телеканала. То есть воплощение одной из ключевых позиций медиаобразования, как элемента гражданского общества - содержание медийных сообщений готовит не только производитель, редактор, специалисты, но и аудитория.

Идеология «Камертона» генетически связана с концепцией другой образовательной телепрограммы «Час Дворца», на базе которой и возник такой масштабный проект, как Региональный центр медиаобразования. Сегодня наша беседа с Анной Кантор, начальником центра медиаобразования, автором программ «Час Дворца» и «Камертон».

А.З.: 14 лет в эфире регионального телевидения некоммерческий проект. Явление уникальное.

А.К.: Безусловно. Но для осуществления этого проекта были созданы и технические, и творческие, и человеческие условия. Огромная благодарность Л.И. Бруку и В.В. Нестерову. Они понимали и понимают ценность, важность этой работы. Данный проект изначально был направлен на демократизацию образования, восстановление его связей с культурой, реализацию прав граждан на информированность, на современное образование, включая и медиаграмотность, включая защиту от экспансии низкопробной массовой культуры.

А.З.: Как развивался проект, каковы этапы его становления?

А.К.: В 1993 году «Час Дворца» стал данью эпохе, становлению института Уральского пиара и в большей степени тогда его целью стало продвижение идей ценностного управления, привлечение внимания общественности к ценностям системы дополнительного образования, центром которого в области стал Дворец молодежи – как центр организационный, методический, творческий, инновационный, педагогическая лаборатория. Имеджевая цель постепенно трансформировалась в масштабную, а именно: создание средствами телевидения единого образовательного пространства в регионе, объединяющего всех субъектов образования: учащуюся молодежь, педагогическую общественность, органы управления образованием, родителей. Проект был призван подготовить участников образовательного процесса к полноценному включению в систему связей посредством массовой коммуникации, осмыслению инновационных процессов в образовании, путей его реформирования и осознанию его возможных последствий.

В рамках проекта были организованы творческие группы для создания тематических телевизионных журналов, журналистских исследований, телеочерков, документальных фильмов. При редакции сложились группы начинающих тележурналистов, студентов и старшеклассников, которые одновременно обучались профессиональному мастерству и разрабатывали собственные проекты. Проекты молодежной группы тележурналистов создавались с учетом их профессионального становления, а также просветительских, образовательных, пропедевтических задач телевидения, распространения идей медиапедагогики, воспитания критического мышления молодежи, становления гражданского сознания аудитории, формирования жизненной позиции и ответственности перед обществом.

А.З.: Жанровый спектр «Часа Дворца» достаточно широк...

А.К.: Это диктовалось концепцией и проблематикой проекта. Основными направлениями в программах «Час Дворца» стали актуальные вопросы образования, распространение педагогического опыта, зарисовки и репортажи об областных детских и юношеских фестивалях, конкурсах, турнирах, повышение общественного престижа педагогических профессий. Концепция программы: дополнительное образование как фактор личностного становления, то есть становление индивида, его личностный рост на пути свободного самообразования. Работа над конкретными передачами, взаимодействие с аудиторией обозначило ряд принципиальных вопросов: как формируется и на чем базируется мировоззрение современного молодого человека, ценностные ориентации, его гражданская позиция в обществе, какова должна быть современная модель гражданского воспитания. Сферой реализации проекта «Час Дворца» стали: региональное телевидение, периодическая печать, Интернет – сайт.

А.З.: Трудно сегодня дать обзор всему богатейшему материалу телепрограммы. За 14 лет в эфир вышло более 300 передач. Но если обратиться к программам последних 3-4 лет, что бы вы сами отметили?

А.К.: «Территория: все в твоих руках», спецпроекты «Герои нашего времени», «Кумиры нашего времени», «Уравнение успеха». За эти работы мы удостоены диплома Всероссийского фестиваля «Петербургский экран», стали победителями творческого конкурса Законодательного собрания Свердловской области в номинации «Телевизионные и радиопередачи».

Основой проекта «Уравнение успеха» стал традиционный фестиваль «Юные интеллектуалы Среднего Урала», но каждый раз творческая группа «Часа Дворца» находит разные интересные способы освещения этих событий. Репортажи об олимпиадах, конкурсах стали личностным материалом, крупный план всегда отдан детям, которые в кадре размышляют, осмысливают свою траекторию успеха или неудачи, и всегда очень искренни и конструктивны в своих ответах.

Корреспондентам «Часа» всегда удается найти верный тон в общении с детьми. Все дело в нашей искренности и заинтересованности. В творческой команде «Часа Дворца» нет равнодушных и безответственных. Такие у нас не задерживаются. Эта работа для трудооголиков и тех, кто выбирает свой путь в журналистику, т.е. в освещение социально значимых явлений, а не в поиск информационного повода, в основе которого чаще всего сенсация, негатив. Многие воспитанники «Часа Дворца» ушли в документальное кино, снимают исторические, документальные, исследовательские, аналитические фильмы. Хочется думать, что в их творческом выборе есть и моя заслуга.

Очень важно общественное внимание к образованию, к детскому и юношескому творчеству, к самой личности ребенка, познающего радость достижений и горечь неудач. Сам факт вынесения событий олимпиады на региональное ТВ придает ей особую социальную значимость. Педагогам известно, что при отсутствии внимания взрослых к творческой деятельности ребенка, его активность постепенно угасает. В этих проектах мы стараемся переключить внимание молодежи с негативных событий в социуме.

Педагогически важно переключить внимание молодежи с негативных событий в социуме, с неизбежных природных и техногенных катастроф, криминальной хроники, разрушительных по своей концентрации на современном телевидении, на те созидательные процессы, которые и определяют на самом деле жизнь современника.

«Уравнение успеха» - проект, который подчеркивает вечные смыслы труда педагога, родителей, увенчивает их не только личными успехами детей и подростков, но и общественным признанием. Высокий социальный статус придается, как личности, погруженной в творчество, так и самому делу, связанному с конструированием, изобретательством, с преодолением сопротивления материи, возрождает значение созидательного, трудового усилия человека. Последнее и определяет педагогический смысл передачи, поскольку массовый уход молодежи в «виртуальную» реальность грозит утратой ею способности к усилию интеллектуальному и физическому, к усилию трудовому.

А.З.: Несомненный педагогический интерес представляет цикл фильмов проекта «Эпоха». Как возникла идея проекта?

А.К.: «Эпоха» - проект, который инициирован самими детьми. Это первые фильмы: «Родословная», «Екатеринбургская сага» и «Непростая фамилия Шеины». «Эпоха» - это, говоря словами философа Александра Зиновьева, аккумулятивная история страны через историю семьи. История Урала через судьбы наших земляков уральцев.

Идеология проекта «Уральский космос» строится на методологии диалога культур, на присутствии в образовательном пространстве, образно говоря, «другого», то есть традиционный для педагогики диалог «учитель - ученик» дополняется участием значимого «другого» - человека, чьи творческие достижения призваны обществом и поэтому могут быть приняты учащимися в качестве примера для себя. Образ передачи создается полилогом писателя, учащихся, которые прочитали его книгу об участии уральцев в космической эпопее нашей страны в 20 веке, автора передачи за кадром, телеинтервью с современными школьниками.

Ребята узнают, что известные им с детства улицы и предприятия оказываются причастными к героическим событиям недавнего прошлого. Для подростка, юноши важно, что создатели космической техники, технологий были такими же, как и они сами уральцами, жили в домах, которые они могут увидеть, ходили по тем же улицам, по которым и они сегодня ходят. Социокультурное пространство для молодых наполняется событиями, встречами с людьми, оно становится для них большой Историей, а они сами ее участниками.

А.З.: Можно не сомневаться, что фильмы серии «Уральский космос» вносят свою лепту в возрождение профессиональных интересов молодежи к горнозаводским профессиям, которые сегодня оказались вне сферы ее интересов и что уже деструктивно сказывается на экономическом развитии региона. Без уважения к людям труда, к профессиям инженера, конструктора, металлурга, рабочего невозможно представить себе позитивной перспективы нашего края.

А.К.: «Уральский космос» это не только гордость за свой край, за достижения Родины, уважение к прошлым поколениями уральцев, но и ответственность за память о наших предшественниках, горечь потерь в борьбе за технический прогресс. На это настраивает зрителя сюжет о летчике-испытателе Бахчиванджи, о возрождении его памяти учениками школы № 60.

Научить детей, подростков хранить уважительную, а не нигилистическую память о прошлых поколениях – значит формировать духовную культуру личности, содействовать утверждению в их сознании гуманистических мировоззренческих установок.

А.З.: Сложную мировоззренческую задачу, на мой взгляд, решают проекты «Герой нашего времени», «Кумиры нашего времени». Передачи этого цикла строятся как размышления молодых о времени и о себе,

призыв к таким размышлениям. Заставляет задуматься само название передачи.

А.К.: При этом стоит обратить внимание, что существующая реально визуализация культуры изменила восприятие традиционных ценностей и на волне «экранизации» создала кумиров, которые агрессивны и по отношению к людям и по отношению к культурной традиции. В передаче принимают участие не только школьники, мнение которых не корректируется, а обнажается, но и видные деятели искусства, певцы, музыканты, актеры. Монтаж материала выполнен так, что возникает столкновение мнений, позиций, в котором школьник участвует «на равных» с умудренным опытом и жизнью людьми.

Передача как бы открывает правду молодым взрослым, но и в ответ дает возможность молодежи услышать не дидактические поучения, а откровенное слово, идущее от правды старшего поколения. Педагогически важно, что в передаче нет осуждения, навязанных оценок, а, повторимся, призыв к размышлению, за которым только и может следовать выработка личностной позиции человека.

А.З.: Содержание программ всегда выбирается с учетом социальной значимости поднимаемых проблем?

А.К.: Да, но не мы задаем эту значимость. Она вскрывается в конкретности факта, человеческой судьбы, события. Проекты, которые мы делали, не только погружены в жизнь, отражают ее, но и держат необходимую дистанцию, чтобы вести аудиторию к обобщению и осмыслению быстротекущих моментов реальности. Воспитательная и просветительская функция телевидения здесь итог работы с материалом, а, повторяю не заданность.

Для того чтобы действительно решать педагогические задачи воспитания личности самоопределяющейся, самореализующейся в современных социокультурных условиях, выбираются такие ситуации, сюжеты, проблемы, которые дают возможность раскрыться герою. Дети, подростки, юноши и девушки не обучаемые, не пассивные приемники культурного наследия старших, а активные участники жизненных событий. Их не поучают и не осуждают за неизбежные промахи, ошибки, а с ними говорят, спрашивают их мнение и делятся своим.

А.З.: Телевизионные образовательные программы проекта «Час Дворца» выстроены с нравственной четкой ориентацией - они концентрируют внимание аудитории на созидательных тенденциях современной многомерной социокультурной реальности.

А.К.: Этот выбор, по нашему мнению, должен отличать любые образовательные передачи. Вопрос состоит не в том, чтобы не замечать недостатков, пороков жизни, а в том какой складывается итог, личностная установка, общая оценка, намечается общая перспектива. Господствующие в СМИ нигилистические оценки разрушительны для сознания молодежи. Она ищет правдивые жизненные идеалы, образцы, которым хочется подражать,

ищет смыслы, ради которых стоит жить и творчески трудиться, и ждет, когда общество, телевидение будет серьезно говорить с ней об этом.

А.З.: С профессиональной точки зрения проект «Час Дворца» продолжает в условиях современности лучшие традиции отечественной журналистики, обогащая их возможностями современного телевидения.

А.К.: Это так. Образовательный проект – это разнообразие жанров, поскольку в работе с молодежью, с педагогическим сообществом необходимо учесть возрастной разброс аудитории, различие вкусов и привязанностей. Образовательный проект, как и все в педагогике, должен быть и современен, и неразрывно связан с культурной традицией. В силу своей «прописки» проект «Час Дворца» львиную долю внимания уделяет отражению процессов, протекающих в системе дополнительного образования. Но не менее важными аспектами его деятельности становятся проблемы создания единого образовательного пространства. Суть этого – такие позиции участников образовательного процесса, которые обеспечат с одной стороны права новых поколений уральцев на качественное образование, с другой создадут систему действительно государственно-общественного управления образовательной системой через механизмы общественного мнения, институты гражданского общества, одним из которых всегда считалось телевидение.

Есть исследовательские данные по результатам регионального образовательного проекта «Областные контрольные работы», которые показывают, что низкий уровень образованности, проявляющийся как недостаточность целостного личностного развития, связан с фиксированием внимания человека на негативных фактах и событиях социокультурной реальности.

Высокий уровень образованности напротив позволяет молодым людям видеть все разнообразие ценностей и смыслов бытия человека, а значит и позволяет сознательно выбирать направление своих усилий, строить свою жизненную перспективу. Телевизионные программы проекта «Час Дворца» работают на такую образованность, которая несводима к усвоению дидактических единиц, а строится на восхождении растущего человека к подлинной культуре, на его целостном личностном развитии. Мы пытаемся объединить созидательные силы общественности региона и самой учащейся молодежи вокруг проблем становления действительно современного образования.

А.З.: Сегодня можно говорить, что голос «Часа Дворца» превратился в голос «Камертона».

А.К.: Принципы построения программ «Часа Дворца» проецируются на новый проект «Камертон», программы которого, настоящие и будущие, призваны объединить созидательные силы общественности региона и самой учащейся молодежи вокруг проблем становления, действительно современного образования, наметить главные векторы образовательного общественного ТВ – как силы нароодообъединяющей, как пространство защиты Духовности. На этих принципах выстроена мировая модель общественного телевидения, которое становится визитной карточкой любой цивилизованной страны.

Учебные программы

**Программа дополнительного образования учащихся
«Медиа» ***

А.И.Воронин

* Программа дополнительного образования учащихся «Медиа» (базовый вариант, 34 часа в год). Для учащихся 5-7 классов (10-13 лет) общеобразовательной школы и гимназии.

Автор-составитель: Воронин Александр Иванович. Программа утверждена директором Государственного общеобразовательного учреждения «Средняя общеобразовательная школа № 156 с углубленным изучением информатики» (Санкт-Петербург) А.Е.Белик 29.01.2008 года.

Пояснительная записка

Программа дополнительного образования учащихся «Медиа» имеет социально-педагогическую направленность. Актуальность программы обусловлена тем, что проблема подготовки подрастающего поколения к жизни в эпоху информационного «взрыва», информационных технологий, возрастания роли информации как экономической категории не актуализируется в контексте школьного образования. Выпускник школы оказывается не готовым анализировать и выявлять манипулятивные воздействия медиа, ориентироваться в информационном потоке современного общества [Masterman, 1997], интегрироваться и творчески самореализоваться в мировом информационном пространстве.

Цели программы в общем виде формулируются следующим образом:

- обучение восприятию и переработке информации, передаваемой по каналам СМИ (в широком толковании) ;
- развитие критического мышления, умений понимать скрытый смысл того или иного сообщения, противостоять манипулированию сознанием индивида со стороны СМИ;
- включение внешкольной информации в контекст общего базового образования, в систему формируемых в предметных областях знаний и умений;
- формирование умений находить, готовить, передавать и принимать информацию в том числе, с использованием различных медиаресурсов.

Отличительная особенность программы - использование в качестве основной - технологии развития критического мышления для формирования критической автономии личности, являющейся одним из ключевых признаков медиаграмотности, развитие умения ответственно, творчески и критически адаптироваться в информационном обществе, обучение различным формам творческого самовыражения при помощи современных медиаресурсов.

В реализации данной программы участвуют учащиеся в возрасте 10-13 лет. Самостоятельный учебно-развивающий специализированный курс

«Медиа» имеет нормативный срок реализации – 1 учебный год, общий объем – 34 часа, режим занятий - 1 раз в неделю, продолжительность занятия – 40-45 минут. Форма занятий – групповая (10 –15 человек в группе). Специализированный курс может изучаться как учебный предмет в 5-7 классах общеобразовательных школ и лицеев.

Содержание программы разработано по результатам контент-анализа определений медиаграмотности, представленных в разработках ведущего специалиста России в области медиаобразования президента Ассоциации кинообразования и медиапедагогике России (www.edu.of.ru/mediaeducation), доктора педагогических наук, профессора А.В.Федорова, в материалах МОО ВПП ЮНЕСКО «Информация для всех» (www.ifap.ru):

«Медиаграмотность (media literacy) - Знания, навыки и умения, необходимые для понимания всех средств (массовой) коммуникации и форматов, в которых осуществляется создание, хранение, передача и представление данных, информации и знаний (например, печатные газеты и журналы, радио и телевидение, кабельные средства передачи информации, CD, DVD, мобильные телефоны, текстовые форматы PDF, формат JPEG для фотографий и графических изображений). Является результатом процесса медиаобразования (media education) личности».

Использовалась также собственная авторская программа «Петербургский абитуриент», утверждённая Экспертным советом КО Администрации Санкт-Петербурга (протокол №8 от 18.05.1999 года).

Новизна программы состоит в постоянном обновлении содержания отдельных занятий по мере развития основных медиа и координации теоретических занятий с практическим освоением прикладных программных средств в процессе получения конкретного продукта – социально значимого медиатекста и публичном его предъявлении с использованием медиаресурсов и мультимедийных технологий.

В процессе теоретического обучения учащиеся знакомятся с особенностями традиционных и новых медиа, ключевыми понятиями медиаобразования, экономикой и историей средств массовой информации. Большое значение в процессе обучения придаётся профориентации: учащиеся знакомятся с основными профессиями в одной из наиболее динамично развивающихся сфер – сфере медиа.

Ведущими разделами теоретического обучения являются «Кино и телевидение», «Интернет» и «Мобильная связь».

Изучение предлагаемых в программе тем имеет большое воспитательное значение, т.к. способствует развитию критического мышления и критической автономии личности в условиях перехода от «информационного общества» к «обществу знаний», избытка некачественной информации; подготавливает новое поколение к жизни в современных информационных условиях, к восприятию различной информации, пониманию её и осознанию последствий ее воздействия на психику на гуманистической основе.

Обучение по программе содействует формированию коммуникативной и медиакомпетентности, умению сотрудничать, работать в группе. В процессе обучения создаются условия для формирования навыков самопрезентации и работы над групповыми и индивидуальными проектами.

С целью повышения эффективности занятий, воспитания интереса к профессиональной деятельности в сфере медиа учащиеся привлекаются к творческим разработкам и проектной деятельности. Ключевым разделом, обеспечивающим поддержку творческих разработок, является раздел «Анимация».

Перечень знаний и умений, формируемых у учащихся в процессе обучения по курсу:

Учащийся должен знать: традиционные и новые виды медиа, их экономику, преимущества и недостатки; ключевые понятия и жанры медиа; способы и последствия воздействия медиа на личность и общество; форматы, в которых осуществляется создание, хранение, передача и представление данных, информации и знаний.

Учащийся должен уметь: отбирать и использовать медиатексты; критически анализировать и обсуждать медиатексты; выбирать формат создания медиатекста, отвечающий поставленным целям и задачам; создавать, сохранять и представлять медиатексты в различных форматах.

Содержание программы

Введение. Что такое «медиаобразование» и «медиаграмотность». Диагностика уровня медиаграмотности. Начальные сведения об информационном пространстве, «информационном обществе» и «обществе знаний», роли и влиянии медиа. Виды и ключевые понятия медиа. Об экономике медиа индустрии.

Формы занятий: лекция, дискуссия, тестирование

Методическое обеспечение:

Зазнобина Л.С. Стандарт медиаобразования, интегрированного в гуманитарные и естественнонаучные дисциплины начального общего и среднего общего образования. М., 2005.

Федоров А.В., Новикова А.А. Медиаобразование в ведущих странах Запада. Таганрог: Изд-во Кучма, 2005.

Раздел 1. Начальные сведения об истории и современном состоянии медиа. Традиционные и новые медиа. История и современное состояние традиционных медиа: история прессы (на примере газеты), кино и телевидения, анимации. История и современное состояние новых медиа: Интернет и мобильная связь.

Формы занятий: лекция, дискуссия

Методическое обеспечение:

Паркинсон Д. Кино (в серии "Оксфордская библиотека"). М., 1996.

Богданов-Катьков Н., Орлов А. Интернет. СПб, 2003.

Раздел 2. Краткие характеристики основных профессий в сфере медиа. Кто работает в медиа: профессии в печатных медиа. Профессии в кино и на телевидении. Профессии в Интернете и мобильной связи.

Формы занятий: лекция, дискуссия, онлайн-тестирование

Методическое обеспечение:

Онштенк, Дж. Предпринимательство и профессионально-техническое обучение. European Educational Research Journal. 2003. Vol. 2. №. 1 [www document] www.etf.eu.int, www.ifap.ru

Раздел 3. Кино и телевидение. Основные жанры кино и телефильмов. Название, псевдоним и тема. Сюжет и сценарий: общие сведения, особенности. Сюжетные компоненты. Режиссёрский сценарий. Понятия «сцена» и «кадр». Виды кадров. Сведения о психологии формы. Сведения о психологии цвета. Сведения о психологии звука.

Формы занятий: лекция, творческие работы

Методическое обеспечение:

Материалы Ассоциации кинообразования и медиапедагогики России <http://edu.of.ru/mediaeducation>.

Раздел 4. Анимация. Отличительные особенности анимации. Возможности интеграции игрового кино и анимации. Сюжетные компоненты режиссёрского сценария: пролог, завязка, фабула, развязка, эпилог. Реклама фильма.

Формы занятий: лекция, творческие работы

Методическое обеспечение:

Каранович А.Г. Мои друзья куклы. М., 1971.

Мудрость вымысла. М., 1980.

Иванов-Вано И.П. Кадр за кадром. М., 1980.

Сотворение фильма. М., 1990.

Раздел 5. Интернет Основные понятия и сведения: провайдер, хостинг и т.д. Электронная почта. Поиск и покупки в Интернет Общение в Интернете: чат, форум, язык Интернет-сообщества («учите олбанский»), онлайн-журналистика. Безопасность и этика поведения в информационном пространстве и обществе.

Формы занятий: лекция, практикум

Методическое обеспечение:

Хесус Лау. Руководство по информационной грамотности для образования на протяжении всей жизни / Науч. ред. перевода А.В.Федоров. Перевод с англ. Т.Сорокиной. М.: Изд-во МОО ВПП ЮНЕСКО «Информация для всех», 2006. (www.ifap.ru).

Рассохин Д., Лебедев А. Интернет для «чайников». М, 2006.

Рассохин Д., Лебедев А. World Wide Web - Информационная паутина в сети Интернет. МГУ, 2002

Раздел 6. Мобильная связь. Начальные исторические сведения. Виды мобильной связи. Стандарты и сервисы. Перспективы развития.

Формы занятий: лекция, творческие работы

Методическое обеспечение:

Материалы Ассоциации кинообразования и медиапедагогики <http://edu.of.ru/mediaeducation>

Маляревский А., Олевская Н. Ваш мобильный телефон. М.: Питер, 2004.

Закиров З.Г., Надеев А.Ф., Файзуллин Р.Р. Сотовая связь стандарта GSM. Современное состояние, переход к сетям третьего поколения. М.: Эко-Трендз, 2004.

Попов В.И. Основы сотовой связи стандарта GSM. М.: Эко-Трендз, 2005.

Раздел 7. Печатные медиа Основные информационные, аналитические и художественные жанры в прессе. Как писать заметку.

Формы занятий: лекция, творческие работы

Методическое обеспечение:

Усов Ю.Н. Медиаобразование в школе: Модель, разработанная сотрудниками исследовательского центра эстетического воспитания Российской Академии образования//Проблемы художественно эстетической подготовки современного учителя. Иркутск, 1997. Шариков А.В. Медиаобразование: Мировой и отечественный опыт. М.: Изд-во Академии педагогических наук СССР, 1990.

Раздел 8. Критическая автономия личности в информационном обществе. Как развить критическое мышление. Критический анализ медиатекста.

Формы занятий: лекция, творческие работы

Методическое обеспечение:

Федоров А.В. Развитие медиакомпетентности и критического мышления студентов педагогического вуза. М.: Изд-во МОО ВПП ЮНЕСКО «Информация для всех», 2007.

Ожидаемые результаты

№ п.п.	Тема урока
1	Вводное занятие. Ознакомление с программой. Организация освоения программы. Стандарт медиаобразования.
2	Диагностика уровня медиаграмотности
3	Начальные сведения об информационном пространстве и обществе, медиа и медиатексте.
4	Виды медиа. Особенности, достоинства и недостатки видов медиа.
5	Ключевые понятия медиаобразования: «агентства медиа», «категории медиа», «технологии медиа», «язык медиа», «репрезентации медиа» и «аудитория медиа» и др.
6	Экономика медиа: структура доходов и т.п.
Раздел 1. Начальные сведения об истории медиа	
7	Об истории кино
8	Об истории анимации
9	Об истории печатных СМИ (газета)
10	Об истории Интернета
Раздел 2. Основные профессии в сфере медиа	
11	Кто работает в медиа: профессии в печатных медиа.
12	Кто работает в медиа: профессии в кино и на телевидении.
13	Кто работает в медиа: профессии в Интернете и мобильной связи.
Раздел 3. Кино и телевидение	
14	Основные жанры кино и телефильмов.
15	Название, псевдоним и тема.
16	Сюжет и сценарий: общие сведения, особенности
17	Сюжетные компоненты
18	Режиссёрский сценарий. Понятия «сцена» и «кадр». Виды кадров.
19	Сведения о психологии формы
20	Сведения о психологии цвета
21	Сведения о психологии звука
Раздел 4. Анимация	
22	Разработка режиссёрского сценария анимационного фильма: пролог, завязка,

	фабула
23	Разработка режиссёрского сценария анимационного фильма: фабула, развязка, эпилог, рекламный постер
Раздел 5. Интернет	
24	Основные понятия и сведения: провайдер, хостинг и т.д.
25	Электронная почта. Поиск и покупки в Интернет
26	Общение в Интернете: чат, форум, онлайн-журналистика
27	Безопасность и этика поведения в информационном пространстве и обществе
Раздел 6. Мобильная связь	
28	Общие сведения: мобильная связь и мобильные устройства (медиаплеер, iPod , ноутбук, коммуникатор, мобильный телефон, карманный переводчик...)
29	Основные потребительские характеристики мобильных устройств, услуги операторов и т.п.
Раздел 7. Печатные медиа	
30	Основные информационные, аналитические и художественные жанры в прессе
31	Как писать заметку.
Раздел 8. Критический анализ медиатекстов	
32	Кинематографический медиатекст
33	Печатный медиатекст
34	Итоговое занятие: диагностика медиаграмотности

Основные информационные ресурсы и использованная литература

- Богданов-Катьков Н., Орлов А. *Интернет*. СПб, 2003.
- Зазнобина Л.С. *Стандарт медиаобразования, интегрированного в гуманитарные и естественнонаучные дисциплины начального общего и среднего общего образования*. М., 1998.
- Закиров З.Г., Надеев А.Ф., Файзуллин Р.Р. *Сотовая связь стандарта GSM. Современное состояние, переход к сетям третьего поколения*. М.: Эко-Трендз, 2004.
- Иванов-Вано И.П. *Кадр за кадром*. М., 1980.
- Интернет для «чайников»*. М. 2006.,
- Каранович А.Г. *Мои друзья куклы*. М., 1971;
- Лау Х.. *Руководство по информационной грамотности для образования на протяжении всей жизни* / Ред. науч. перевода А.В.Федоров. Перевод с англ. Т.Сорокиной. М.: Изд-во МОО ВПП ЮНЕСКО «Информация для всех», 2006 (www.ifap.ru).
- Маляревский А., Олевская Н. *Ваш мобильный телефон*. М: Питер, 2004.
- Материалы Ассоциации кинообразования и медиапедагогике* <http://edu.of.ru/mediaeducation>.
- Онштенк Дж. Предпринимательство и профессионально-техническое обучение. European Educational Research Journal. 2003. Vol. 2. №. 1 [www document] www.etf.eu.int, www.ifap.ru
- Паркинсон Д. *Кино* (в серии "Оксфордская библиотека"). М., 1996.
- Рассохин Д., Лебедев А. *World Wide Web -Информационная паутина в сети Интернет*. МГУ, 2002.
- Усов Ю.Н. Медиаобразование в школе: Модель, разработанная сотрудниками Исследовательского центра эстетического воспитания Российской Академии Образования//*Проблемы художественно эстетической подготовки современного учителя*. Иркутск, 1997.
- Федоров А.В. *Развитие медиакомпетентности и критического мышления студентов педагогического вуза*. М.: Изд-во МОО ВПП ЮНЕСКО «Информация для всех», 2007.
- Федоров А.В., Новикова А.А. *Медиаобразование в ведущих странах Запада*. Таганрог. Изд-во Кучма, 2005.
- Шарииков А.В. *Медиаобразование: Мировой и отечественный опыт*. М.: Изд-во Академии педагогических наук СССР, 1990.

Программа учебного спецкурса для вузов «Основы медиакомпетентности»*

Автор программы - д.п.н., профессор А.В.Федоров

* программа разработана при поддержке гранта аналитической ведомственной целевой программы «Развитие научного потенциала высшей школы» (2006-2008) Министерства образования и науки Российской Федерации. Проект РНП.21.3.491 - «Развитие критического мышления и медиакомпетентности студентов педагогического вуза в рамках специализации «Медиаобразование». Научный руководитель проекта – доктор педагогических наук, профессор А.В.Федоров.

Пояснительная записка

Медиакультура (пресса, печать, радио, звукозапись, фотография, кинематограф, телевидение, видеоарт, интернет), в современной социокультурной ситуации приобретает все большее влияние и распространение. Ее успех (прежде всего - в молодежной аудитории) определяется следующими факторами: использование зрелищно-развлекательных жанров (как правило, опирающихся на мифологию), терапевтической, компенсаторной, рекреационной и других функций медиатекстов, системы «эмоциональных перепадов», позволяющей делать разрядку нервному напряжению зрителей; гипнотизма, угадывания желаний публики, стандартизации, серийности и т.д.

Потенциальные возможности медиакультуры в современном образовательном и воспитательном процессе определяются ее широким спектром возможностей для развития человеческой индивидуальности: эмоций, интеллекта, самостоятельного творческого мышления, мировоззрения, активизации знаний, полученных студентами в процессе изучения дисциплин гуманитарного цикла, эстетического сознания (восприятия, умений художественного анализа и пр.).

«Российская педагогическая энциклопедия» определяет **медиаобразование** (англ. *media education* от лат. *media* - средства) как направление в педагогике, выступающее за изучение «закономерностей массовой коммуникации (прессы, телевидения, радио, кино, видео и т.д.). Основные задачи медиаобразования: подготовить новое поколение к жизни в современных информационных условиях, к восприятию различной информации, научить человека понимать ее, осознавать последствия ее воздействия на психику, овладевать способами общения на основе невербальных форм коммуникации с помощью технических средств» [Медиаобразование//Российская педагогическая энциклопедия. Т.1/Гл. ред. В.В.Давыдов. – М.: Большая российская энциклопедия, 1993. – С. 555.].

Итак, главная цель медиаобразования – развитие медиакомпетентности аудитории.

Мы понимаем **медиакомпетентность личности как совокупность ее мотивов, знаний, умений, способностей (показатели: мотивационный, контактный, информационный, перцептивный, интерпретационный/оценочный, практико-операционный/деятельностный, креативный), способствующих использованию, критическому анализу, оценке, передаче и созданию медиатекстов в различных**

видах, формах и жанрах, анализу сложных процессов функционирования медиа в социуме.

Таким образом, для личности, обладающей высоким уровнем медиакомпетентности (напоминаем, некоторые ученые вместо термина «медиакомпетентность» используют слова «уровень медиакультуры», «медиаграмотность» или «медиаобразованность», что, на наш взгляд, лишнее свидетельствует о терминологическом плюрализме, свойственном медиаобразовательному процессу), присущи следующие характеристики

1) мотивационного показателя: широкий комплекс жанровых, тематических, эмоциональных, гносеологических, гедонистических, интеллектуальных, психологических, творческих, этических, эстетических мотивов с медиа и медиатекстами, включающих:

- выбор разнообразного жанрового и тематического спектра медиатекстов при обязательном включении незвлекательных жанров;
- стремление получить новую информацию;
- стремление к рекреации, компенсации развлечению (в умеренных дозах);
- стремление к идентификации, сопереживанию;
- стремление к подтверждению собственной компетентности в различных сферах жизни и медиакультуры;
- стремление к поиску материалов для учебных, научных, исследовательских целей;
- стремление к художественным впечатлениям;
- стремление к философскому/интеллектуальному, этическому, эстетическому спору/диалогу с создателями медиатекста, к критике их позиции;
- стремление научиться создавать медиатексты самому, изучая конкретные примеры творчества профессионалов;

2) контактного показателя: частые контакты с различными видами медиа и медиатекстов;

3) информационного показателя: знания большинства базовых терминов, теорий, основных фактов истории развития медиакультуры, творчества деятелей медиакультуры, ясное понимание процесса массовой коммуникации и медийных воздействий в контексте реального мира;

4) перцептивного показателя: отождествление с автором медиатекста при сохранении основных компонентов «первичной» и «вторичной» идентификации (кроме наивного отождествления действительности с содержанием медиатекста): то есть способность соотнесения с авторской позицией, которая позволяет предугадать ход событий медиатекста «на основе эмоционально-смыслового соотнесения элементов сюжета, восприятия авторской мысли в динамике звукозрительного образа, синтеза мыслей и чувств зрителя в образных обобщениях» [Усов, 1989b, с.314];

5) интерпретационного/оценочного показателя: умения критически анализировать процесс функционирования медиа в социуме с учетом разнообразных факторов на основе высокоразвитого критического мышления. Анализ медиатекстов на основе способности к медиавосприятию, близкому к «комплексной идентификации», способность к анализу и синтезу пространственно-временной формы медиатекста, понимание, интерпретация (трактовка), предполагающая сравнение, абстрагирование,

индукцию, дедукцию, синтез, критическую оценку авторской концепции в контексте структуры произведения, историческом и культурном контекстах (при этом выражается аргументированное согласие или несогласие с авторской позицией создателей медиатекста, критическая оценка моральной, эмоциональной, эстетической, социальной значимости медиатекста, умение соотнести эмоциональное восприятие с понятийным суждением, перенести это суждение на другие жанры/виды медиакультуры, связать медиатекст со своим опытом и опытом других людей и т.п.). В целом обнаруживается критическая автономия личности, ее критический анализ медиатекста основан на высоких уровнях «информационного», «мотивационного» и «перцептивного» показателей.

6) практико-операционного показателя: практические умения самостоятельного выбора, создания/распространения медиатекстов (в том числе – созданных лично или в составе группы людей) различных видов и жанров, умения активного самообразования в медийной сфере;

7) креативного показателя: ярко выраженный уровень творческого начала в различных видах деятельности (перцептивной, игровой, художественной, исследовательской и др.), связанной с медиа.

Другое важное для данного спецкурса понятие - *профессиональная медиакомпетентность педагога, то есть совокупность его мотивов, знаний, умений, способностей (показатели: мотивационный, информационный, методический, практико-операционный/деятельностный, креативный), способствующих медиаобразовательной деятельности в аудитории различного возраста.*

Таким образом, профессиональная медиакомпетентность педагога характеризуются следующими высокими уровнями показателей:

1) мотивационного: разносторонние мотивы медиаобразовательной деятельности: эмоциональные, гносеологические, гедонистические, нравственные, эстетические и др.; стремление к совершенствованию своих знаний и умений в области медиаобразования;

2) информационного: систематическая информированность, обширные теоретико-педагогические знания в области медиаобразования;

3) методического: развитые методические умения в области медиаобразования (например, умения дать установку на медиавосприятие, объяснить причины, условия и характер возникновения явления, умения развивать восприятие учащихся, выявлять уровни их развития в области медиакультуры, выбирать оптимальные методы, средства и формы проведения занятий, исследовательские умения и т.д.) и ярко выраженный педагогический артистизм (общая педагогическая культура, внешний облик, самопрезентация, самоконтроль, наличие обратной связи с аудиторией и т.д.);

4) практико-операционного (деятельностного): систематическая медиаобразовательная деятельность в процессе учебных занятий разных типов, активная исследовательская медиапедагогическая деятельность;

5) креативного: ярко выраженный уровень творческого начала в медиаобразовательной деятельности (то есть проявление гибкости, мобильности,

ассоциативности, оригинальности, антистереотипности мышления, развитости воображения, фантазии и т.д.).

Итак, актуальность данного спецкурса определяется настоящей необходимостью теоретически и методически обоснованной системы развития медиакомпетентности, что особенно актуально для студентов педагогических вузов, которых необходимо готовить к осуществлению интегрированного медиаобразования в рамках базовых школьных дисциплин, к ведению медиаобразовательных факультативов и кружков, спецкурсов, киновидео клубов в школах, гимназиях, колледжах, лицеях, других средних специальных учебных заведениях, учреждениях дополнительного образования.

Структура спецкурса, сочетая в себе лекционные и практические занятия, представляет собой своеобразное погружение аудитории в процесс создания медиатекстов, знакомство студентов с внутренней лабораторией основных медиапрофессий. Курс предусматривает методику проведения занятий, основанную на проблемных, эвристических, игровых и др. продуктивных формах обучения, развивающих индивидуальность студента, самостоятельность его мышления, стимулирующих его творческие способности через непосредственное вовлечение в креативную деятельность, восприятие, интерпретацию и анализ медиатекстов.

Курс тесно связан не только с педагогикой, но и с такими отраслями гуманитарного знания, как искусствоведческие (включая киноведение, литературоведение, театроведение), культурология, история (история мировой художественной культуры и искусства), психология (психология искусства, художественного восприятия, творчества) и др.

Программа данного курса может быть использована при составлении и реализации учебных планов большинства гуманитарных специальностей университетов, педагогических вузов, особенно – в рамках специализации «Медиаобразование» (03.13.30).

Структура программы: предварительное выявление уровней медиавосприятия и развития студентов, их способности к полноценному анализу произведений медиакультуры (без чего преподавателю нельзя судить об изменениях, которые произойдут у студентов в процессе изучения спецкурса); после вводной части (анкетирование, письменные работы, устные собеседования) программа предусматривает переход к формированию у студентов полноценного восприятия и развития способностей к осмысленному критическому анализу медиатекстов.

На практических занятиях будущие педагоги с помощью эвристической, игровой методики и технических средств (видеомагнитофон, телемонитор, видеокамера, персональный компьютер и др.) на примере собственной креативной деятельности осуществляют «встроенное» знакомство с творческим процессом создания медиатекстов. Помимо познавательной ценности данные творческие задания имеют косвенное положительное влияние и на развитие медиавосприятия аудитории. Разумеется, процесс медиавосприятия отнюдь не тождественен процессу создания медиатекстов, так как иногда даже сами их авторы не в состоянии (да это и не входит в задачи их профессии) развернуть образное обобщение, воплощенное ими (порой интуитивно), к примеру, на экране, в систему логического словесного рассуждения.

Можно знать, как создаются медиатексты, но не уметь их анализировать. Однако, приобщаясь (пусть даже на элементарном уровне) к процессу создания медиатекстов, аудитория имеет возможность развить свои способности медиавосприятия, индивидуального творческого мышления, что эффективно готовит ее к анализу произведений, созданных профессионалами. В итоге в коллективных обсуждениях медиатекстов, в индивидуальных беседах и письменных работах учащиеся свободнее оперируют ключевыми понятиями медиакультуры, лучше разбираются во взаимодействии, взаимопроникновении, целостности различных компонентов произведения, подробнее и «зорче» воссоздают в вербальной форме содержание эпизодов, сцен и т.д.

После того, как студенты получили необходимую теоретическую базу и на практике освоили язык медиакультуры, следует тема, посвященная развитию умений критического анализа медиатекстов: рассмотрение содержания эпизодов, наиболее ярко выявляющих характерные закономерности целого, попытка разобраться в авторской концепции и выражение к ней личного отношения (к примеру, понимание синтетических свойств аудиовизуального образа, особенностей его пространственно-временной динамики в различных видах и жанрах медиакультуры, эмоционально-смыслового соотнесения значимых элементов медиатекста, линейного, ассоциативного, полифонического повествования и т.д.).

На этих занятиях могут использоваться творческие задания, направленные на:

- поиски генетических связей пространственных, временных и пространственно-временных, зрительных, звуковых и звукозрительных искусств на интегрирующем материале медиа, активизация знаний и умений аудитории в области медиакультуры и различных видов искусства («экранизации» живописных полотен, фотографий на примере фильмов и телепередач о музеях изобразительного искусства, «раскадровка» прозаического и стихотворного текста и т.д.);
- выявление и трактовку тех или иных форм повествования в медиатекстах различных видов и жанров;
- осознание многозначности медиаобраза, рассматриваемого в единстве композиции, планов, ракурсов, светоцветового решения и т.д. (в процессе коллективных обсуждений медиатекстов) и т.д.

Основное место в реализации исторического раздела курса уделяется не монографическому анализу творчества выдающихся мастеров медиакультуры, а социокультурным проблемам и процессам, творческим, стилистическим, тематическим и жанровым тенденциям и школам в медиакультуре. Изложение всего комплекса лекционного материала подкрепляется знакомством с наиболее характерными для того или иного исторического этапа медиатекстами, их совместными коллективными обсуждениями, семинарскими занятиями, на которых студенты на основании работы с научно-методической литературой имеют возможность углубить и расширить полученные знания по истории медиакультуры.

Раздел, посвященный медиаобразованию, построен на следующих основных этапах: знакомство аудитории с проблемами медиаобразования школьников и студентов в российской и зарубежной педагогике, видами и формами данного образования; изучение методики медиаобразования средствами прессы, кинематографа, телевидения,

видео, Интернета в системе общегуманитарных дисциплин, факультативов и кружков, спецкурсов и т.п.; использование полученных знаний и умений в ходе студенческой педагогической практики; итоговое анкетирование студенческой аудитории с целью выяснения результатов изучения предмета.

В этом разделе особое внимание уделяется циклу практических занятий творческого характера с тем, чтобы в итоге аудитория отвечала следующим показателям, необходимых для полноценного осуществления медиаобразовательного процесса: «понятийному» (информированность, теоретико-педагогические знания в области медиаобразования); «мотивационному» (наличие эмоциональных, гедонистических, познавательных, эстетических и моральных мотивов контакта с медиатекстами; направленность на медиаобразование, стремление к совершенствованию своих знаний и умений); «оценочному» (восприятие медиатекстов на уровне «комплексной идентификации»); «операционному» (методические умения – умение проектировать, регулировать, корректировать ход занятий, направлять, развивать медиавосприятие аудитории, владеть методами и приемами интенсивного обучения; педагогический артистизм – культура речи, внешнего вида, поведения, самопрезентация, самоконтроль и пр.), «креативному» («творческому»): творческий подход к медиаобразованию, гибкость, мобильность, ассоциативность, оригинальность и т.д.

Актуальность данного учебного курса определяется настоятельной необходимостью теоретически и методически обоснованной системы развития медиакомпетентности будущих педагогов по отношению к системе медиа и медиатекстам.

Объект учебного курса – процесс развития медиакомпетентности будущих педагогов по отношению к системе медиа и медиатекстам.

Предмет учебного курса – базовые понятия медиаобразования, медиаграмотности, медиакомпетентности, теории медиаобразования, основные направления в медиаобразовательной методике. основные этапы развития медиаобразования в России и за рубежом.

Цель учебного курса: развитие медиакомпетентности будущих педагогов по отношению к системе медиа и медиатекстам, анализ развития медиаобразования с точки зрения его использования в процессе обучения аудитории.

Задачи учебного курса:

- познакомить аудиторию с основными понятиями, связанными со сферой развития медиакомпетентности, медиаобразовании;
- познакомить аудиторию с основными этапами исторического развития медиаобразования в мире;
- обучить аудиторию технологии развития медиакомпетентности личности в процессе медиаобразования;

Методологическая основа: курс опирается на философскую концепцию М.Бахтина-В.Библера о диалоге культур, которая становится ключом к изучаемому процессу развития медиаобразования; на содержательный и исторический подход – рассмотрение конкретно-исторического генезиса и развития медиаобразования.

Методы: анализ научной литературы по медиаобразованию (печатной и аудиовизуальной), педагогике, психологии, искусствоведению, культурологии,

сравнительный анализ исторического развития медиапедагогике в разных странах, в различные периоды. Цикл практических занятий литературно-имитационного, театрализованно-ситуативного и изобразительно-имитационного типов. Оценка производится с помощью специальных показателей студенческих знаний.

Место учебного курса в учебном плане вуза: курс связан со многими учебными дисциплинами, включая такие предметы, как «Педагогика», «История образования», «История», «Мировая художественная культура», «Культурология», «Философия» и др. Для полноценного изучения данного учебного курса студентам необходимо четко представлять себе:

- ключевые понятия курса («медиакомпетентность», «медиаобразование», «медиаграмотность», «медиапедагогика» и др.);
- основные этапы исторического развития медиаобразования в России и за рубежом;
- главные черты этапов исторического развития медиаобразования в различные периоды и в разных социокультурных условиях, в конкретных странах;
- современную ситуацию в области развития медиаобразования;
- возможности медиаобразования в плане развития медиакомпетентности личности;
- типологию медиавосприятия;
- основы методики медиаобразования.

Практическая значимость: в результате занятий студенты должны не только обладать запасом знаний по истории, теории и методике медиаобразования, но и уметь использовать эти знания в педагогической области.

Оценка итоговых знаний и умений студентов.

Конкретная оценка студентов в итоге изучения учебного курса:

- «отлично»: высокий уровень медиакомпетентности, знаний истории, теории и методики медиаобразования;
- «хорошо»: близкий к высокому (80%) уровень медиакомпетентности, знаний истории, теории и методики медиаобразования;
- «удовлетворительно»: средний уровень медиакомпетентности, знаний истории, теории и методики медиаобразования;
- «неудовлетворительно»: низкий уровень медиакомпетентности, знаний истории, теории и методики медиаобразования.

Тематический план спецкурса «Основы медиакомпетентности»

	<i>Название темы</i>	Лекц. (час.)	Прак. (час.)
1.	Первоначальное анкетирование, тестирование студентов		4
2.	Место и роль медиа и медиаобразования в современном мире	2	
3.	Основные термины, теории, ключевые концепции, направления медиаобразования	2	

4.	Основные исторические этапы развития медиаобразования в России	4	
5.	Основные исторические этапы развития медиаобразования в зарубежных странах	4	
6.	Проблемы медиавосприятия и развития аудитории в области медиакультуры	4	4
7.	Медиакомпетентность личности: терминология, показатели	2	4
8.	Профессиональная медиакомпетентность современного педагога: классификация показателей	2	4
9.	Сравнительный анализ медиаобразовательных моделей	2	2
10	Модель развития медиакомпетентности и критического мышления студентов педагогического вуза на занятиях медиаобразовательного цикла	2	2
11	Технология развития медиакомпетентности в процессе медиаобразования студентов	6	30
12	Итоговое анкетирование, тестирование студентов		4
	ИТОГО: 84 час.	30	54

Программа спецкурса

Тема 1. Первоначальное анкетирование, тестирование студентов.

Результаты анкетирования, тестирования дадут представление о медиапредпочтениях конкретной аудитории (наиболее популярные жанры, темы, функции, герои, другие мотивы обращения к медиатекстам), об уровнях ее медиакомпетентности, что учитывается педагогом при реализации всего комплекса курса.

Тема 2. Место и роль медиа и медиаобразования в современном мире.

Рождение масс-медиа (печатный станок И.Гутенберга). Краткий обзор развития прессы, фотографии, звукозаписи, кинематографа, радио, телевидения, видео, Интернета. Пресса и фотография XIX века и XX века: сравнительный анализ тенденций. Особенности современной социокультурной ситуации (интенсивное развитие звукозрительных средств информации, компьютерной техники, рыночного киноvideопроката, кабельного, эфирного, спутникового телевидения, видео, DVD, CD-ROM, IMAX, Интернета и т.д.). Специфика общения, контакта аудитории с масс-медиа и роль в этом процессе феномена массовой (популярной) культуры.

Виды медиа (пресса, телевидение, кинематограф, видео, звукозапись, радио, Интернет). Документальные медиатексты (репортаж, очерк, портрет, интервью, публицистика, кинотелехроника и т.д.), их цели, задачи, функции. Научно-популярные

медиаатексты: популяризация научных идей. Просветительская и познавательная функция научно-популярных медиаатекстов. Учебные медиаатексты: отсутствие популяризации, расчет на профессиональную специфику аудитории. Игровые медиаатексты (фильмы, телепередачи, видеоклипы, их специфика, тематическое многообразие и т.д.). Анимационные медиаатексты (рисованные, объемные, аппликационные, силуэтные и др.), их роль, задачи, функции. Межвидовые связи и синтез видов медиа. Связь жанров аудиовизуальных медиа с жанрами литературы и театра. Специфика жанров игровых экранных искусств (трагедия, драма, мелодрама, комедия, детектив, триллер, мюзикл, ревью и др.). Понятие зрелищности жанра. Синтез жанров - характерное явление современной медиакультуры. Условность жанровых делений.

Медиаобразование в современном мире и его влияние на развитие личности. Связь медиаобразования с другими направлениями педагогики и гуманитарными науками. Поддержка медиаобразования со стороны ЮНЕСКО. Открытие новой специализации «медиаобразование» (03.13.30) в России.

Тема 3. Основные термины, теории, ключевые концепции, направления медиаобразования.

Основные понятия медиаобразования. Медиаобразование. Медиаграмотность. Медиакомпетентность. Медиаатекст. Агентство. Категория медиа. Технология медиа. Язык медиа. Репрезентация. Аудитория. Критическое мышление. Медиавосприятие.

Защитная (предохранительная) теория, идеологическая теория, культурологическая теория, семиотическая теория, теория развития критического мышления, практическая теория, эстетическая теория, социокультурная теория и другие теории медиаобразования. Их влияние и распространение в педагогических концепциях различных стран.

Тема 4. Основные исторические этапы развития медиаобразования в России

Медиаобразование на материале прессы, фотографии и кино в 20-х годах XX века. Кризис медиаобразования в эпоху сталинского тоталитаризма в 30-х – 40-х годах XX века. Возрождение медиаобразования в эпоху «оттепельной» либерализации (1956-1968). Развитие «эстетического подхода» в медиаобразовании в 70-е – 80-е годы. Новый импульс развития медиаобразования в конце 80-х – начале 90-х годов XX века. Современные тенденции медиаобразования в России. Творчество выдающихся российских медиапедагогов.

Тема 5. Основные исторические этапы развития медиаобразования в зарубежных странах

Развитие медиаобразование в США, Канаде, Австралии, Великобритании, Франции и Германии в 20-х– 30-х, 40-х–50-х, 60-х-70-х, 80-х-90-х годах XX века. Роль ЮНЕСКО и Совета Европы в процессе медиаобразования. Международные конференции по медиаобразованию. Современные тенденции зарубежного медиаобразования.

Тема 6. Проблемы медиавосприятия и развития аудитории в области медиакультуры

Установка на восприятие. Процесс медиавосприятия (образное обобщение, синтез элементов звукозрительного и пространственно-временного повествования, условия восприятия, сопереживание и сотворчество). Уровни и типология медиавосприятия («первичная идентификация», «вторичная идентификация», «комплексная идентификация»). Возрастные, социальные, профессиональные, национальные и другие особенности восприятия медиатекстов. Феномен массового успеха медиатекстов разных видов и жанров. Основные причины популярности медиатекстов (фольклорность основы, зрелищность жанра, авторская интуиция, система «эмоциональных перепадов», опора на функцию компенсации, рекреацию и т.д.).

Тема 7. Медиакомпетентность личности: терминология, показатели.

Медиакомпетентность личности как совокупность ее мотивов, знаний, умений, способностей (показатели: мотивационный, контактный, информационный, перцептивный, интерпретационный/оценочный, практико-операционный/деятельностный, креативный), способствующих использованию, критическому анализу, оценке, передаче и созданию медиатекстов в различных видах, формах и жанрах, анализу сложных процессов функционирования медиа в социуме.

Показатели медиакомпетентности **(1) мотивационный показатель:** комплекс жанровых, тематических, эмоциональных, гносеологических, гедонистических, интеллектуальных, психологических, творческих, этических, эстетических мотивов с медиа и медиатекстами; **2) контактный показатель:** частота контактов с различными видами медиа и медиатекстов; **3) информационный показатель:** знания базовых терминов, теорий, основных фактов истории развития медиакультуры, творчества деятелей медиакультуры, уровень понимания процесса массовой коммуникации и медийных воздействий в контексте реального мира; **4) перцептивный показатель,** высшим проявлением которого является отождествление с автором медиатекста при сохранении основных компонентов «первичной» и «вторичной» идентификации (кроме наивного отождествления действительности с содержанием медиатекста): то есть способность соотнесения с авторской позицией, которая позволяет предугадать ход событий медиатекста на основе эмоционально-смыслового соотнесения элементов сюжета, восприятия авторской мысли в динамике звукозрительного образа, синтеза мыслей и чувств зрителя в образных обобщениях; **5) интерпретационный/оценочный показатель:** умения критически анализировать процесс функционирования медиа в социуме на основе критического мышления; **6) практико-операционный показатель:** практические умения выбора, создания/распространения медиатекстов (в том числе – созданных лично или в составе группы людей) различных видов и жанров, умения самообразования в медийной сфере; **7) креативный показатель:** ярко выраженный уровень творческого начала в различных видах деятельности (перцептивной, игровой, художественной, исследовательской и др.), связанной с медиа.

Тема 8. Профессиональная медиакомпетентность современного педагога: классификация показателей.

Профессиональная медиакомпетентность педагога как совокупность его мотивов, знаний, умений, способностей, способствующих медиаобразовательной деятельности в аудитории различного возраста.

Показатели профессиональной медиакомпетентности (**мотивационный**: мотивы медиаобразовательной деятельности: эмоциональные, гносеологические, гедонистические, нравственные, эстетические и др.; уровень стремления к совершенствованию своих знаний и умений в области медиаобразования; **информационный**: информированность, теоретико-педагогические знания в области медиаобразования; **методический**: методические умения в области медиаобразования (например, умения дать установку на медиавосприятие, объяснить причины, условия и характер возникновения явления, умения развивать восприятие учащихся, выявлять уровни их медиакомпетентности, выбирать оптимальные методы, средства и формы проведения занятий, исследовательские умения и т.д.) и наличие/отсутствие педагогического артистизма (общая педагогическая культура, внешний облик, самопрезентация, самоконтроль, наличие обратной связи с аудиторией и т.д.); **практико-операционный (деятельностный)**: уровень медиаобразовательной/исследовательской деятельности в процессе учебных занятий разных типов; **креативный**: уровень творческого начала в медиаобразовательной деятельности (то есть наличие/отсутствие гибкости, мобильности, ассоциативности, оригинальности, антистереотипности мышления, развитости воображения, фантазии и т.д.).

Тема 9. Сравнительный анализ медиаобразовательных моделей.

Медиаобразовательные модели, основанные на синтезе эстетической и социокультурной моделей. Медиаобразовательные модели, основанные на синтезе эстетической, образовательно-информационной и воспитательно-этической моделей. Медиаобразовательные модели, основанные на синтезе социокультурной, образовательно-информационной и практико-утилитарной моделей. Ориентация современных медиаобразовательных моделей на максимальное использование потенциальных возможностей медиапедагогики в зависимости от стоящих перед ним целей и задач; их вариативность, возможность целостного или фрагментарного внедрения в образовательный процесс. Технологии, предложенные для реализации современных моделей, основывающиеся на циклах (блоках, модулях) творческих и игровых заданий, которые могут использоваться педагогами, как в учебной, так и во внеучебной деятельности. Широкий диапазон внедрения данных моделей: школы, вузы, учреждения дополнительного образования и досуговой деятельности.

Тема 10. Модель развития медиакомпетентности и критического мышления студентов педагогического вуза на занятиях медиаобразовательного цикла.

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 в России и за рубежом; проблемы медиакомпетентности, критического 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, театрализованно-игровые, изобразительно-имитационные, литературно-аналитические и пр.).

Основные блоки модели развития медиакомпетентности и критического мышления студентов педагогического вуза: 1) *диагностический (констатирующий) компонент*: констатация уровней медиакомпетентности и развития критического мышления по отношению к медиа и медиатекстам в данной студенческой аудитории на начальном этапе обучения; 2) *содержательно-целевой компонент*: теоретическая составляющая (*блок изучения истории и теории медиакультуры, блок развития медиаобразовательной мотивации и технологии*, то есть изучение студентами методов и форм медиаобразования аудитории) и практическая составляющая (*блок креативной деятельности на материале медиа*, то есть развитие творческих умений студентов самовыражаться с помощью медиатехники: создавать медиатексты различных видов и жанров; творчески применять полученные медиаобразовательные знания и умения в процессе педагогической практики; *блок перцептивно-аналитической деятельности*: развитие умений студентов критически воспринимать и анализировать медиатексты различных видов и жанров); 3) *результативный компонент* (блок итоговых анкетирования, тестирования и творческих работ студентов и блок анализ констатации уровней развития критического мышления и медиакомпетентности студентов педагогического вуза на финальном этапе обучения).

Тема 11. Технология развития медиакомпетентности в процессе медиаобразования студентов.

Виды и формы медиаобразования, развития медиакомпетентности аудитории. Программы медиаобразования школьников и студентов. Лектории, утренники и вечера, посвященные медиакультуре. Фотовыставки и стенгазеты. Факультативы и кружки по медиакультуре. Дискуссионные медиаклубы. Любительские медиастудии. Репродуктивные, эвристические, игровые, проблемные медиаобразовательные занятия.

Интегрированное медиаобразование в системе обязательных дисциплин: использование медиа в процессе преподавания литературы, музыки, изобразительного искусства, истории и других предметов.

Методика проведения школьного факультатива по основам медиакультуры. Общая модель (констатация уровней медиавосприятия; развитие умений критического анализа медиатекстов; формирование творческих умений на материале произведений

медиакультуры), программа и методические принципы ведения факультатива по основам медиакультуры.

Анализ произведений медиакультуры (рассмотрение содержания ключевых эпизодов медиатекста, попытка разобраться в логике авторского мышления: в развитии конфликтов, характеров, идей, звукопластического ряда и т.д.; выявление авторской концепции и выражение своего личного отношения к данной позиции создателей медиатекста).

Формы медиаобразования (лекции, беседы, письменные работы - рецензия, сочинение; творческие работы - написание репортажа, статьи, интервью, минисценария, «экранизации», рассказа от имени героя фильма, телепередачи; раскадровка, составление коллажей, афиш, киноvideосъемка и т.д.; эвристические, игровые занятия - викторины, конкурсы и т.д.; диспуты, конференции по различным темам, связанным с медиакультурой; экскурсии, встречи с деятелями медиакультуры и т.д.). Методика проведения социологического исследования предпочтений школьников в области медиакультуры.

Творческие задания проблемного характера (литературно-имитационные, театрализовано-ролевые, изобразительно-имитационные), связанные с анализом медиатекстов и системой функционирования медиа в социуме в целом; с проектами, рассчитанными на самостоятельную исследовательскую и практическую деятельность на медийном материале. Реализация стадий «вызова», «осмысления содержания», «рефлексии», использование технологии кластеров, инсорта, портфолио, игровых и исследовательских подходов в ходе практической реализации вышеуказанного комплекса творческих/проблемных заданий.

Методика организации и проведения занятий киноvideоклуба. Дискуссионный киноvideоклуб, его задачи и функции. Методика проведения киноvideоклуба (вступительное слово, просмотр фильма, телепередачи, видеоклипа, коллективное обсуждение). Роль ведущего киноvideоклуба. Возможности организации киноvideоклубов в школах и вузах, при кинотеатрах, домах культуры, в учреждениях дополнительного образования.

Использование полученных знаний и умений в процессе студенческой педагогической практики. Медиаобразование учащихся в процессе педагогической практики студентов в школах, гимназиях, лицеях, учреждениях дополнительного образования (центрах эстетического воспитания, клубах по месту жительства), интернатах, детских домах, летних оздоровительных центрах: основные методические принципы и формы работы. Практическое применение полученных знаний во время проведения текущих и зачетных занятий со школьниками (факультативы, кружки, тематические утренники и вечера, викторины, игры и т.д.).

Тема 12. Итоговое анкетирование, тестирование студентов.

Данное анкетирование, тестирование подводит итог всему курсу обучения, дает представление о том, насколько глубоко усвоены студентами полученные знания и умения, каковы изменения в развитии медиакомпетентности студенческой аудитории.

Литература к спецкурсу

(указана в основном русскоязычная литература начала XXI века. Список более ранних работ см. в монографии: Федоров А.В. Медиаобразование: история, теория и методика. Ростов: ЦВВР, 2001. 708 с., на страницах журнала «Медиаобразование» и на интернетных сайтах Ассоциации кинообразования и медиапедагогике России: <http://edu.of.ru/mediaeducation> и <http://www.medialiteracy.boom.ru>. В этих же источниках см. списки литературы по медиаобразованию на иностранных языках).

Книги, брошюры

- Баженова Л.М. Медиаобразование школьника (1-4 классы). М.: Изд-во Ин-та художественного образования Российской Академии образования, 2004. 55 с.
- Бакулев Г.П. Конвергенция медиа и журналистики. М., 2002.
- Бакулев Г.П. Массовая коммуникация. Западные теории и концепции. М.: Аспект-пресс, 2005. 176 с.
- Бакулев Г.П. Основные концепции массовой коммуникации. М., 2002.
- Баранов О.А. Медиаобразование в школе и вузе. Тверь: Изд-во Тверского гос. ун-та, 2002. 87 с.
- Баранов О.А. Тверская школа кинообразования: к 50-летию. Таганрог: Центр развития личности, 2008. 214 с.
- Баранов О.А., Пензин С.Н. Фильм в воспитательной работе с учащейся молодежью. Тверь: Изд-во Твер. гос. ун-та, 2005. 188 с.
- Березин В.М. Массовая коммуникация: сущность, каналы, действия. М.: Изд-во РИП-Холдинг, 2004. 174 с.
- Беспалова А.Г., Корнилов Е.А., Короченский А.П., Лучинский Ю.В., Станько А.И. История мировой журналистики. Ростов: Изд-во Международ. ин-та журналистики и филологии, 2000. То же: Ростов: Март, 2003. 432 с.
- Бондаренко Е.А. Творческая реабилитация средствами медиакультуры», Омск, 2001.
- Бондаренко Е.А. Теория и методика социально-творческой реабилитации средствами аудиовизуальной культуры. Омск: Изд-во Сибир. филиала Рос. ин-та культурологии, 2000. 91 с.
- Брайант Дж., Томпсон, С. Основы воздействия СМИ. М.: Вильямс, 2004. 432 с.
- Буданцев Ю.П. Парадигма массовой коммуникации. М., 2001.
- Василенко Л.А., Рыбакова И.Н. Информационная культура в системе государственного управления. М.: РАГС, 2004.
- Вершинская О.Н. Информационно-коммуникационные технологии. М.: Наука, 2007. 203 с.
- Возчиков В.А. Медиаобразование в педагогическом вузе. Методические рекомендации. Бийск: НИЦ БиГПИ, 2000. 25 с.
- Возчиков В.А. Медиа сфера философии образования. Бийск: Изд-во Бийск. педаг. гос. ун-та, 2007.
- Возчиков В.А. Педагогика журналистики в аспекте развития коммуникативных умений. Бийск: НИЦ БиГПИ, 2000. 160 с.
- Возчиков В.А., Колтаков К.Г. Образование в информационном обществе: некоторые проблемы содержания и организации. Бийск: НИЦ БиГПИ, 2001. 113 с.
- Воронина Т.П., Кашицын В.П., Молчанова О.П. Образование в эпоху новых информационных технологий. М., 1996.
- Гайдарева И.Н. Социокультурная среда как фактор формирования информационной культуры личности. Майкоп: Аякс, 2002.
- Голдякин Н.А. История отечественного и зарубежного телевидения. М.: Аспект-пресс, 2004. 141 с.
- Грачев Г.В. Личность и общество: информационно-психологическая безопасность и психологическая защита. М.: ПЕРСЭ, 2003. 304 с.
- Гура В.В. Теоретические основы педагогического проектирования личностно-ориентированных электронных образовательных ресурсов и сред. Ростов: Изд-во Южного федерал. ун-та, 2007. 320 с.
- Гура В.В. Теория и практика педагогического проектирования электронных образовательных ресурсов. Таганрог: Изд-во Кучма, 2006. 74 с.
- Данильчук Е.В. Теоретико-методологические основы формирования информационной культуры будущего педагога. Ростов: Изд-во Ростов. гос. пед. ун-та, 2002.

- Досуг. Творчество. Медиакультура: духовно-экологические аспекты и технологии/Отв. ред. Н.Ф.Хилько. Омск: изд-во Сибир. филиала Российского института культурологии, 2005. 149 с.
- Духанин В.Н. Православие и мир кино. М.: Drakkar, 2005. 190 с.
- Журин А.А. Медиаобразование школьников на уроках химии. М.: Изд-во Ин-та содержания и методов обучения Российской Академии образования, 2004. 184 с.
- Журналистика и медиаобразование – 2007. В 2-х т./Ред. А.П.Короченский, М.Ю.Казак. Белгород: Изд-во Белгород. гос ун-та, 2007. 300 с. + 140 с.
- Журналистика и медиаобразование в XXI веке/Под ред. А.П.Короченского. Белгород: изд-во Белгород. гос. ун-та, 2006. 368 с.
- Засурский Я.Н., Варганова Е.Л., Засурский И.И. и др. Средства массовой информации постсоветской России. М., 2002.
- Змановская Н.В. Практикум по формированию медиа-коммуникативной образованности учителя. Иркутск: ИПКПРО, 2002. 53 с.
- Змановская Н.В. Программа формиров. медиаобразованности учителя. Иркутск: ИПКПРО, 2003. 65 с.
- Интернет в гуманитарном образовании/ Под. ред. Е.С.Полат. М.: ВЛАДОС, 2001. 272 с.
- Искусство и среда в художественно-творческом развитии школьников. М., 2001.
- История отечественного кино. Учеб. для вузов/Отв. ред. Л.М.Будяк. М.: Прогресс-Традиция, 2005. 528 с.
- Каптерев А.И. Мультимедиа как социокультурный феномен. М.: Профиздат, 2002.
- Кашкин В.Б. Основы теории коммуникации: краткий курс. Минск: Харвест; М.: АСТ, 2007. 256 с.
- Кириллова Н.Б. История отечественного и зарубежного киноискусства. Метод. рекомендации к программе учебного курса. Екатеринбург: Изд-во Урал. гос. ун-та, 2007. 58 с.
- Кириллова Н.Б. Медиакультура: от модерна к постмодерну. М.: Академический проект, 2005. 448 с.
- Кириллова Н.Б. Медиасреда российской модернизации. М.: Академический проект, 2005. 400 с.
- Кириллова Н.Б. Основы медиакультуры. Программа спецкурса для вузов. Екатеринбург: Изд-во Урал. гос. ун-та, 2007. 27 с.
- Кларин М.В. Инновации в мировой педагогике. Рига, 1995.
- Ковшарова Т.В. Экология и мультимедиа (авторская программа курса). Иркутск: Изд-во Иркутск. обл. ин-та пов. квалиф. раб. образования, 2005. 46 с.
- Корконосенко С.Г. Основы творческой деятельности журналиста. СПб, 2000.
- Корконосенко С.Г. Преподаем журналистику. Профессиональное и массовое медиаобразование. СПб.: Изд-во Михайлова, 2004. 240 с.
- Короченский А.П. «Пятая власть»? Медиакритика в теории и практике журналистики. Ростов: Изд-во Ростов. гос. ун-та, 2003. 284 с.
- Короченский А.П. «Пятая власть»? Феномен медиакритики в контексте информационного рынка. Ростов: Международный ин-т журналистики и филологии, 2002. 272 с.
- Критическое мышление и новые виды грамотности/Сост.О.Варшавер. М.: Изд-во ЦГЛ, 2005. 80 с.
- Кушниренко А.Г. Информационная культура. Кодирование информации. Информационные модели. Учебник для общеобразовательных учреждений. М.: Дрофа, 2003.
- Леготина Н.А. Медиаобразование школьников: Метод. реком. к изучению спецкурса. Курган, Курганский гос. университет, 2003. 18 с.
- Луман Н. Медиа коммуникации. М.: Логос, 2005. 280 с.
- Макаров М.М. Массовая коммуникация в современном мире. М., 2000.
- Маклюэн М. Понимание медиа. М.; Жуковский, 2003.
- Максимова, Г.П. Медиавоспитание в высшей профессиональной школе. Ростов: Изд-во Ростов. гос. педагог. ун-та, 2006. 180 с.
- Максимова, Г.П. Модернизация воспитания в высшей школе на основе интеграции педагогики и искусства в медиасреде. Ростов: Изд-во Ростов. гос. эконом. ун-та, 2007. 300 с.
- Медиакультура. Программа для 1-11 кл. //Основы экранной культуры. Медиакультура. Сб. программ/Под ред. Ю.Н.Усова. М., МИПКРО, 1996.
- Медиаобразование сегодня: содержание и менеджмент/Отв. ред. А.В.Федоров. М.: Изд-во Гос. ун-та управления, 2002. 80 с.

- Медиаобразование сегодня: содержание и менеджмент/Отв. ред. А.В.Федоров. М.: Изд-во Гос. ун-та управления, 2002. 80 с.
- Медиаобразование. М., МИПКРО, 1996.
- Моль А. Социодинамика культуры. М.: КомКнига, 2005.
- Мурюкина Е.В. Медиаобразование старшеклассников на материале прессы. Таганрог: Изд-во Кучма, 2006. 200 с.
- Мурюкина Е.В., Челышева И.В. Развитие критического мышления студентов педагогического вуза в рамках специализации «Медиаобразование». Учебное пособие для вузов/Отв. ред. А.В.Федоров. Таганрог: Изд-во Кучма, 2007. 162 с.
- Назаров М.М. Массовая коммуникация в современном мире: Методология анализа и практика исследований. М., 2003.
- Новиков К.Ю. Психология массовой коммуникации. М.: Аспект-пресс, 2007. 123 с.
- Новикова А.А. Медиаобразование в России и Европе в контексте глобализации. Таганрог: Изд-во Кучма, 2004. 168 с.
- Новикова А.А. Медиаобразование на занятиях по английскому языку. Таганрог: Изд-во Кучма, 2004. 52 с.
- Новые аудиовизуальные технологии/Отв. ред. К.Э.Разлогов. М.: Едиториал УРСС, 2005. 488 с.
- Новые педагогические и информационные технологии в системе образования/Под ред. Е.С.Полат. М., 1999.
- Образовательные технологии XXI века. ОТ'04/Ред. С.И.Гудилина, К.М.Тихомирова, Д.Т.Рудакова. М.: Изд-во Ин-та содержания и методов обучения Российской Академии образования, 2004. 349 с.
- Образовательные технологии XXI века ОТ'05/Ред. С.И.Гудилина, К.М.Тихомирова, Д.Т.Рудакова. М.: Изд-во Ин-та содержания и методов обучения Российской Академии образования, 2005. 388 с.
- Образовательные технологии XXI века ОТ'06/Ред. С.И.Гудилина, К.М.Тихомирова, Д.Т.Рудакова. М.: Изд-во Ин-та содержания и методов обучения Российской Академии образования, 2006. 390 с.
- Образовательные технологии XXI века ОТ'07/Ред. С.И.Гудилина, К.М.Тихомирова, Д.Т.Рудакова. М., 2007. 346 с.
- Оснащение школы техническими средствами в современных условиях/Ред. Л.С.Зазнобина. М.: Перспектива, 2000. 80 с.
- Основы информационной культуры: учеб.-метод. пособие/Сост. В.И.Золотарева и др. М.: Моск. инженер.-физ. ин-т, 2005.
- Парсаданова Т.Н. Российское телевидение: История и современность. М.: Изд-во ВГИК, 2002. 35 с.
- Пензин С.Н. Американское кинопутешествие. Воронеж: Изд-во Киновидеоцентр им В.М.Шукшина, 2001. 84 с.
- Пензин С.Н. Анализ фильма. Учебно-методическое пособие для студентов. Воронеж: Изд-во Воронеж. гос. ун-та, 2005. 31 с.
- Пензин С.Н. Основы киноискусства. Методические указания для студентов естественных и гуманитарных факультетов. В 2-х ч. Воронеж: Изд-во Воронеж. гос. ун-та, 2001.
- Пензин Сталь Никанорович. Библиографическое пособие/Сост. В.М.Невежина. Ред. В.С.Листенгартен, С.В.Янц. Воронеж: Изд-во Воронеж. гос. ун-та, 2002. 87 с.
- Подготовка учителя основ информационной культуры в педагогическом колледже/Ред. Н.И.Гендина. Кемерово: Кузбассвузиздат, 2002.
- Поличко Г.А. Киноязык, объясненный студенту. М.: Русское слово, 2006. 201 с.
- Преподаем журналистику: взгляды и опыт (Медиаобразование: концепции и перспективы) /Ред.-сост. С.Г.Корконосенко. СПб.: Изд-во СПб. гос. ун-та, 2006. 152 с.
- Проблемы образования студентов гуманитарных вузов в свете развития современных информационных технологий/Отв. ред. А.К.Юров. Таганрог: Изд-во Таганрог. гос. пед. ин-та, 2001. 98 с.
- Проблемы экранного творчества/Ред. Н.Ф.Хилько. Омск: Сиб. Филиал Российского ин-та культурологии, 2005. 20 с.
- Рашкофф Д. Медиавирус. М. Ультра культура, 2003.
- Розин В.М. Визуальная культура и восприятие: Как человек видит и понимает мир. М.: Едиториал УРСС, 2004.
- Розина И.Н. Педагогическая компьютерно-опосредованная коммуникация. М.: Логос, 2005. 460 с.

- Романовский И.И. Масс-медиа. Словарь терминов и понятий. М.: Изд-во Союза журналистов России, 2004. 480 с.
- Рыжих Н.П. Медиаобразование студентов педагогического вуза на материале англоязычных экранных искусств. Таганрог: Изд-во Кучма, 2007. 188 с.
- Сапунов Б.М. Культурология телевидения. Основы истории мировой и российской культуры. М., 2001.
- Селевко Г.К. Современные образовательные технологии. М.: Народное образование, 1998.
- Система средств массовой информации России/Ред. Я.Н.Засурский. М.: Аспект пресс, 2001. 259 с.
- Ситникова Н.А. Дидактические проблемы использования аудиовизуальных технологий обучения. М.: Изд-во Москов. психолого-социального ин-та, 2001. 64 с.
- Скворцов Л.В. Информационная культура и цельное знание. М.: ИНИОН РАН, 2000. 288 с.
- Собкин В.С. Телевидение и образование: Опыт социологических исследований 1980-90-х//Образование и информационная культура. Социологические аспекты. Труды по социологии образования. Т. V. Вып. VII/Под ред. В.С.Собкина. М., 2000.
- Содержание, формы и методы медиаобразования в СССР (аннотированный библиографический указатель). М.: АПН СССР, 1991.
- Средства коммуникации и проблемы развития личности ребенка/Под ред. А.В.Шарикова. М.: Агентство ЮНПРЕСС, 1994.
- Столбникова Е.А. Развитие критического мышления студентов педагогического вуза в процессе медиаобразования. Таганрог: Изд-во Кучма, 2006. 160 с.
- Тарасов К.А. Насилие в зеркале аудиовизуальной культуры. М.: Изд-во Ин-та киноискусства. Белый берег, 2005. 384 с.
- Таратута Е.Е. Философия виртуальной реальности. СПб.: Изд-во СПб гос. ун-та, 2007. 148 с.
- Телекоммуникации в учебно-воспитательном процессе в школе. Методическое пособие для учителя/Под ред. Е.С.Полат М.: Российская Академия образования, 1993.
- Терин В.П. Массовая коммуникация. Исследование опыта Запада. М.: Изд-во МГИМО, 2000.
- Фатеева И.А. Медиаобразование: теоретические основы и опыт реализации. Челябинск: Изд-во Челяб. гос. ун-та, 2007. 270 с.
- Федоров А.В. и др. Медиаобразование. Медиапедагогика. Медиажурналистика. CD. М.: Изд-во Программы ЮНЕСКО «Информация для всех», 2005.
- Федоров А.В. Медиаобразование будущих педагогов. Таганрог: Изд-во Кучма, 2005. 314 с.
- Федоров А.В. Медиаобразование в зарубежных странах. Таганрог: Изд-во Кучма, 2003. 238 с.
- Федоров А.В. Медиаобразование в педагогических вузах. Таганрог: Изд-во Кучма, 2003. 124 с.
- Федоров А.В. Медиаобразование и медиаграмотность. Учеб. пособие для вузов. Таганрог: Кучма, 2004.
- Федоров А.В. Медиаобразование: история, теория и методика. Ростов: ЦВВР. 708 с.
- Федоров А.В. Медиаобразование: социологические опросы. Таганрог: Изд-во Кучма, 2007. 228 с.
- Федоров А.В. Права ребенка и проблема насилия на российском экране. Таганрог: Изд-во Кучма, 2004. 414 с.
- Федоров А.В. Развитие медиакомпетентности и критического мышления студентов педагогического вуза. М.: Изд-во МОО ВПП ЮНЕСКО «Информация для всех», 2007. 616 с.
- Федоров А.В., Новикова А.А. Медиаобразование в ведущих странах Запада. Таганрог: Изд-во Кучма, 2005. 270 с.
- Федоров А.В., Новикова А.А., Колесниченко В.Л., Каруна И.А. Медиаобразование в США, Канаде и Великобритании. Таганрог: Изд-во Кучма, 2007. 256 с.
- Федоров А.В., Челышева И.В. Медиаобразование в России: Краткая история развития. Таганрог, 2002. 266 с.
- Федоров А.В., Челышева И.В., Мурюкина Е.В. и др. Эстетическая концепция в российском медиаобразовании и творческое наследие Ю.Н.Усова. Таганрог: Изд-во Кучма, 2007. 198 с.
- Федоров А.В., Челышева И.В., Новикова А.А. и др. Проблемы медиаобразования. Таганрог: Изд-во Таганрог. гос. пед. ин-та, 2007. 212 с.
- Федотова Л.Н. Социология массовой коммуникации. М., 2003.
- Формирование информационной культуры личности в условиях образовательных и информационно-библиотечных учреждений/Ред. Н.И.Гендина. Кемерово: Изд-во ОблИИУ, 2001.

- Хилько Н.Ф. Аудиовизуальная культура: Словарь. Омск: Изд-во Сиб. фил. Рос. ин-та культурологии, Омск. гос. ун-т, 2000. 149 с.
- Хилько Н.Ф. Развитие аудиовизуальных творческих способностей: психологические и социокультурные аспекты. Омск: Сиб. филиал Российского ин-та культурологии, 2004. 158 с.
- Хилько Н.Ф. Роль аудиовизуальной культуры в творческом самоосуществлении личности. Омск: Изд-во Сиб. фил. Рос. ин-та культурологии, 2001. 446 с.
- Хилько Н.Ф. Социокультурные аспекты экранного медиаторчества. М.: Изд-во Российского ин-та культурологии, 2004. 96 с.
- Хилько Н.Ф. Экология аудиовизуального творчества. Омск: Изд-во Омского гос. ун-та, 2005. 110 с.
- Хилько Н.Ф. Экранная культура: медиасистемы и технологии. Омск: Сиб. филиал Российского ин-та культурологии, 2003. 104 с.
- Чельшева И.В. Теория и история российского медиаобразования. Таганрог: Изд-во Кучма, 2006. 206 с.
- Чудинова В.П., Голубева Е.И., Михайлова А.И. и др. Дети и библиотеки в меняющемся мире. М.: Школьная библиотека, 2004. 336 с.
- Чурсин Н.Н., Нейман Е.М., Демидович Е.П. Информационное обеспечение учебного процесса в высшей школе (обзор зарубежной литературы). М., 1984.
- Шариков А.В., Фазульянова С.Н., Петрушкина Е.В. На пути гармонизации медиа и общества (медиаресурсы и медиаобразование в школах Самары). Самара, 2006. 50 с.
- Шариков А.В. Концепция медиаобразования во II ступени средней общеобразовательной школы. М.: АПН СССР, 1991.
- Шариков А.В. Медиаобразование: мировой и отечественный опыт. М.: Академия педагогических наук СССР, 1991.
- Экология культуры в центре творческого медиадосуга (в условиях детской базы отдыха). Экспериментальная программа/Сост. Н.Ф.Хилько, Л.А.Суслопарова. Омск: Сиб. Филиал Российского ин-та культурологии, 2005. 18 с.
- Экология медиакультуры на уроках литературы. Экспериментальная программа/Сост. М.П.Суркова, Н.Ф.Хилько. Омск: Сиб. Филиал Российского ин-та культурологии, 2005. 16 с.
- Экспериментальная реализация культурно-экологических программ в экранном творчестве/Ред. Н.Ф.Хилько. Омск: Сиб. Филиал Российского ин-та культурологии, 2005. 54 с.
- Юдина Е.Н. Медиапространство как культурная и социальная система. М.: Прометей, 2005. 160 с.
- Ястребцева Е.Н. Школьная медиатека. М., 1993.
- Ястребцева Е.Н. Пять вечеров: Беседы о телекоммуникационных образовательных проектах. М: Проект Гармония, 2001. 216 с.
- Ястребцева Е.Н., Быховский Я.С. Моя провинция – центр Вселенной: Развитие телекоммуникационной образовательной деятельности в регионах. М: Федерация Интернет-образования, 2001. 240 с.
- Fedorov A. On Media Education. Moscow: ICOS UNESCO 'Information for All', 2008. 156 с.

Статьи в журналах и научных сборниках

- Агибалова Г.М. Роль медиаобразования в формировании духовно-знаниевых компетенций//Образовательные технологии XXI века/Ред. С.И.Гудилина, К.М.Тихомирова, Д.Т.Рудакова. М.: Изд-во Ин-та содержания и методов обучения Российской Академии образования, 2006. С.223-225.
- Александров Е.П., Борисова А.А. Опыт анализа интенциональных моделей субъектов социокультурного взаимодействия в медийном пространстве//Медиаобразование. 2007 N 1.С.16-25.
- Александрова М.М. Формирование коммуникативной культуры учащихся в аспекте медиаобразования на уроках информатики и информационных технологий//Образовательные технологии XXI века/Ред. С.И.Гудилина, К.М.Тихомирова, Д.Т.Рудакова. М.: Изд-во Ин-та содержания и методов обучения Российской Академии образования, 2006. С.182-184.
- Альварес Н.Л. Медиаобразование и межкультурные коммуникации: от виртуальных проектов – к реальным результатам//Медиаобразование. 2006. N 2. С.21-27.
- Бабкина Н.А. Медиа в современном российском социуме//Медиаобразование. 2006. N 2. С.101-102.

- Бабкина Н.А. Медиа и журналистика//Медиаобразование. 2005. № 5. С.89-90.
- Бабкина Н.А. Проблемы медийной экологии и образования//Медиаобразование. 2005. № 4. С.89-90.
- Бабкина Н.А. Типология субъективного отношения к природе в медиаобразовательном контексте//Медиаобразование. 2005. № 5. С.33-37.
- Баженова Л.М. Азбука кино//Программы дополнительного художественного образования детей. М.: Просвещение, 2005. С.152-166.
- Баженова Л.М. Изучение экранных искусств в начальной школе//Начальная школа. 2000. № 1.С. 21-24.
- Баженова Л.М. История лаборатории экранных искусств в контексте медиаобразования//Медиаобразование. 2007 N 2. С.19-51.
- Баженова Л.М. Медиаобразование младших школьников//Искусство и образование. 2001. № 4. С. 65-67.
- Баженова Л.М. Основы экранного искусства в школе//Искусство в школе. 2002. № 4. С. 84-89. № 5. С.56-62.
- Баженова Л.М. Основы экранной культуры. Программа для I-IV классов//Искусство в школе. 2005. №1. С.49-54. № 2. С.41-46.
- Баженова Л.М. Работа с «проблемным» фильмом в детской аудитории//Искусство в школе. 2004. № 1. С.5-12.
- Баженова Л.М. Фильм порожден для мыслей...//Искусство в школе. 2002. № 6. С.40-47.
- Баранов О.А., Пензин С.Н. Медиа, современная семья и школьник//Медиаобразование. 2006. N 2. С.27-41.
- Блохина Ю.В. Медиапедагогика как способ развития личности и социальной адаптации глухих подростков//Человек в системе коммуникации/Ред. В.Г.Тихонов, Е.П.Савруцкая. Н.Новгород: Изд-во Нижегородского гос. лингвист. ун-та, 2006. С.315-317.
- Бобкова Т.В. Использование медиаобразовательных и информационных технологий на уроках развития речи//Образовательные технологии XXI века/Ред. С.И.Гудилина, К.М.Тихомирова, Д.Т.Рудакова. М.: Изд-во Ин-та содержания и методов обучения Российской Академии образования, 2006. С.97-105.
- Бобылева А.В. Новые формы обучения на уроках технологии в аспекте медиаобразования//Образовательные технологии XXI века/Ред. С.И.Гудилина, К.М.Тихомирова, Д.Т.Рудакова. М.: Изд-во Ин-та содержания и методов обучения Российской Академии образования, 2004. С.215-217.
- Бондаренко Е.А. Медиакультура как основа реализации творческого потенциала учащихся//Элективные курсы по предметам художественно-эстетического цикла в рамках основного и дополнительного образования: к проблеме вариативности обучения. М.: Компания Спутник, 2005. С.5-9.
- Бондаренко Е.А. Медиаобразование как фактор реализации стандартов в образовательной области «Обществознание»//На пути к 12-летней школе. М., 2000. С.188-194.
- Бондаренко Е.А. Основы экранной культуры//Искусство в школе.2005. №3. С.48-52.
- Бондаренко Е.А. Творческий проект как элективный курс Образовательные технологии XXI века ОТ'07/Под ред. С.И.Гудилиной, К.М.Тихомировой, Д.Т.Рудаковой. М., 2007. С.188-194.
- Бондаренко Е.А. Телевидение в формировании медиакультуры современного подростка//Ученик в обновляющейся школе. М., 2002. С.409-414.
- Бондаренко Е.А. Формирование медиакультуры подростков как фактор развития информационной образовательной среды//Образовательные технологии XXI века/Ред. С.И.Гудилина, К.М.Тихомирова, Д.Т.Рудакова. М.: Изд-во Ин-та содержания и методов обучения Российской Академии образования, 2004. С.89-92.
- Бондаренко Е.А., Журин, А.А. Состояние медиаобразования в мире//Педагогика. 2002. № 3. С. 88-98.
- Бочарская И.А. Роль медиаобразования в системе формирования культуры личности старшеклассника//Журналистика и медиаобразование в XXI веке/Отв. ред. А.П.Короченский. Белгород: Изд-во Белгород. гос. ун-та, 2006. С.239-241.
- Бриллинтова Е.В. Использование медиаобразовательных приемов в классе коррекционно-развивающего обучения//Образовательные технологии XXI века/Ред. С.И.Гудилина, К.М.Тихомирова, Д.Т.Рудакова. М.: Изд-во Ин-та содержания и методов обучения Российской Академии образования, 2004. С.337-339.

- Бурдина С.В. Формирование медиаобразовательных навыков через интегрированные уроки//Образовательные технологии XXI века/Ред. С.И.Гудилина, К.М.Тихомирова, Д.Т.Рудакова. М.: Изд-во Ин-та содержания и методов обучения Российской Академии образования, 2004. С.210-212.
- Бухова С.С. Педагогические идеи Ю.Н.Усова и их значение для аудиовизуального медиаобразования//Медиаобразование. 2005. № 2. С.62-67.
- Вартанова Е.Л., Засурский Я.Н. Российский модуль медиаобразования: концепции, принципы, модели//Информационное общество. 2003. № 3. С.5-10.
- Викторов А.Е. Аудиовизуальная творчество и экранная культура: медиаобразовательные аспекты//Медиаобразование. 2005. № 1. С.117-120.
- Викторов А.Е. Медиаобразование, химия и...//Медиаобразование. 2005. № 2. С.109-111.
- Викторов А.Е. Пилотный номер «Экрана»: мнения российских студентов//Медиаобразование. 2005. № 2. С.87-96.
- Гвоздева И.А. Медиаобразовательные технологии на интегрированных уроках литературы//Образовательные технологии XXI века/Ред. С.И.Гудилина, К.М.Тихомирова, Д.Т.Рудакова. М.: Изд-во Ин-та содержания и методов обучения Российской Академии образования, 2004. С.113-116.
- Гвоздева И.А. Создание коммуникативных ситуаций на уроках русского языка и литературы на основе использования медиаобразовательных технологий//Образовательные технологии XXI века/Ред. С.И.Гудилина, К.М.Тихомирова, Д.Т.Рудакова. М.: Изд-во Ин-та содержания и методов обучения Российской Академии образования, 2006. С.209-211.
- Голдахе Э.Международная научно-практическая конференция «Журналистика и медиаобразование в XXI веке»//Медиаобразование. 2007 N 1. С.4-6.
- Голубева Е.И. Основы взаимодействия с информацией как инструмент формирования у школьников представления о целостности мира//Медиаобразование. 2006. N 2. С.42-48.
- Гончарова В.Н. Элементы медиаобразования на уроке математики//Образовательные технологии XXI века/Ред. С.И.Гудилина, К.М.Тихомирова, Д.Т.Рудакова. М.: Изд-во Ин-та содержания и методов обучения Российской Академии образования, 2006. С.185-186.
- Горячев А.В. О понятии «Информационная грамотность»//Информатика и образование. 2001. №№ 3, 8.
- Грибанова Е.Е. Медиадидактические возможности образовательных сайтов Образовательные технологии XXI века ОТ'07/Под ред. С.И.Гудилиной, К.М.Тихомировой, Д.Т.Рудаковой. М., 2007. С.90-96.
- Григорова Д.Е. Каков он – журналист XXI века. И как его обучать? //Медиаобразование. 2006. N 3. С.114-119.
- Григорова Д.Е. Кино и время//Медиаобразование. 2006. N 3. С.110-112
- Григорова Д.Е. Медиаобразование и проблема информационно-психологической безопасности личности (на материале реалити-шоу)//Медиаобразование. 2006. N 3. С.21-29.
- Григорова Д.Е. Общество в эпоху новых технологий//Медиаобразование. 2006. N 2. С.104-106.
- Григорова Д.Е. Становление российского медиаобразования: исторические этапы и теоретические основы//Медиаобразование. 2006. N 3. С.112-114.
- Гудилина С.И. Инновационная деятельность в области медиаобразования Образовательные технологии XXI века ОТ'07/Под ред. С.И.Гудилиной, К.М.Тихомировой, Д.Т.Рудаковой. М., 2007. С.8-13.
- Гудилина С.И. Модернизация общего среднего образования: медиаобразование и информационно-коммуникативные технологии//Образовательные технологии XXI века/Ред. С.И.Гудилина, К.М.Тихомирова, Д.Т.Рудакова. М.: Изд-во Ин-та содержания и методов обучения Российской Академии образования, 2006. С.8-12.
- Гудилина С.И. Перспективы развития медиаобразовательных технологий//Образовательные технологии XXI века/Ред. С.И.Гудилина, К.М.Тихомирова, Д.Т.Рудакова. М.: Изд-во Ин-та содержания и методов обучения Российской Академии образования, 2004. С.71-78.
- Гура В.В. Всероссийская научно-практическая конференция «Экранная культура в современном медиапространстве: методология, технологии, практики»//Медиаобразование. 2007 N 1. С.7-8.

- Гура В.В. Гуманитарный потенциал педагогического проектирования электронных образовательных ресурсов//Педагогика: семья, школа, общество. Кн.6/Под ред. О.И.Кирикова. Воронеж, 2006.
- Гура В.В. Дистанционное образование в контексте современной культуры//Известия Южного отделения Российской академии образования. Вып. II. Ростов, 2000. С.85-91.
- Гура В.В. Информационная компетентность социального педагога как составляющая профессиональной подготовки//Развитие личности в образовательных системах Южно-российского региона. Ч. III. Ростов, 2006. С.42-43.
- Гура В.В. Медиакомпетентность как цель педагогического проектирования электронных образовательных ресурсов//Медиаобразование. 2005. № 1. С.77-80.
- Гура В.В. Медиакультура как когнитивный фильтр для медиавирусом//Медиаобразование. 2006. N 2. С.16-20.
- Гура В.В. Методологические аспекты педагогического моделирования и проектирования информационно-образовательных сред (Личностно-ориентированный подход)//Педагогика: семья, школа, общество. Кн. 4. /Под ред. О.И.Кирикова. Воронеж, 2005. С.69-76.
- Гура В.В. Методология педагогического проектирования медиаобразовательной среды вуза//Проектирование инновационных процессов в социокультурной и образовательной сферах/Отв.ред. Ю.С.Тинников, Г.В.Яковенко. Сочи: Изд-во Сочин. гос. ун-та туризма и курортн. дела, 2000. С.53-55.
- Гура В.В. Некоторые замечания о дидактике обучения в медиаобразовательной среде//Личностный подход в воспитании гражданина, человека культуры и нравственности. Ростов, 2000. С.140-142.
- Гура В.В. Новые виды интеллектуальной деятельности в медиасреде как основа развития медиакомпетентности//Медиаобразование. 2007 N 2. С.87-98.
- Гура В.В. Педагогическое проектирование медиаобразовательной среды вуза (личностно-ориентированный подход)//Личностно-ориентированное образование: феномен, концепции, технологии. Волгоград, 2000.
- Гура В.В. Педагогическое проектирование электронных образовательных ресурсов для медиаобразовательной среды вуза//XIX региональные психолого-педагогические чтения Юга России. Ч.1. Ростов, 2000.
- Гура В.В. Понятие медиаграмотности в эпоху «экранной культуры» и информационного общества//Материалы международного научного симпозиума «Информационная парадигма в науках о человеке». Таганрог: Изд-во Таганрог. гос. радиотехнического ун-та, 2000.
- Гура В.В. Проблема гуманитаризации информационно-образовательных сред//Известия ТРТУ. 2005. №7. С.93-94.
- Гура В.В. Проблема гуманитарной экспертизы электронных образовательных ресурсов//Экспертиза в современном мире: от знания к деятельности. М.: Смысл, 2006. С.424-428.
- Гура В.В. Проблема разработки педагогических целей при проектировании медиаобразовательной среды//Известия Южного отделения Российской академии образования. Вып. III. Ростов, 2001. С.139-142.
- Гура В.В. Психологическая поддержка обучения в электронно-образовательной среде//Развитие личности в образовательных системах Южно-российского региона. Ч. I. 2006. С.181-183.
- Гура В.В. Синергетический подход в педагогическом проектировании электронных медиаобразовательных ресурсов//Известия высших учебных заведений. Северо-Кавказский регион. Спец.вып. Гуманит. науки. 2006. С.47-50.
- Гура В.В. Системный подход при педагогическом проектировании медиаобразовательной среды//Известия ТРТУ. 2006. № 2. С.118-122.
- Гура В.В. Теория педагогического проектирования личностно ориентированных электронных медиаобразовательных ресурсов//Известия высших учебных заведений. Северо-Кавказский регион. 2006. Спец. вып. С.29-31.
- Гура В.В., Васильевский В.В. Вузовская информационно-образовательная среда как средство развития институционального партнерства//Практика и перспективы развития институционального партнерства. Донецк, 2001. С.17-20.

- Гура В.В., Помянтовский А.В. Проблема диагностики медиакомпетентности как параметра социализации современного подростка//Ред. Т.Д.Молодцова. Таганрог: Изд-во Таганрог. гос. пед. ин-та, 2004. С.121-125.
- Данилов А.П., Кириллова А.А. Семья и СМИ: проблемы воспитания и медиаобразования//Семья в России. 2001. С.111-120.
- Данилова С. Кинообразовательный фестиваль как форма медиаобразования: некоторые аспекты организации// Проблемы образования студентов гуманитарных вузов в свете развития современных информационных технологий. Таганрог: Изд-во Таганрог. гос. пед. ин-та, 2001. С.60-63.
- Демидов А.А. Компакт-диск «Медиаобразование. Медиapedагогика. Медиажурналистика» – новая инициатива МОО ВПП ЮНЕСКО «Информация для всех» и Ассоциации кинообразования и медиapedагогика России//Медиаобразование. 2006. N 1. С.4-9.
- Егоров О. Опыт преподавания кино в инновационной школе//Искусство в школе. 2001. № 4.С.89-91.
- Ерошенко И.В. Медиаобразование для музыкантов – это реальность//Медиаобразование. 2005. № 5. С.56-61.
- Жарковская Т.Г. Экспериментальная проверка приемов интеграции медиаобразования с предметами гуманитарного цикла//На пути к 12-летней школе/Под ред. Ю.И.Дика, А.В.Хуторского. М.: Изд-во Ин-та общего среднего образования Российской Академии образования, 2000. С.347-355.
- Жилавская И.В. От медиапроектов – к системе медиаобразования//Медиаобразование. 2007 N 2. С.4-8.
- Жукоцкая З.Р., Горелова Е.В. Медиаобразование в контексте формирования информационной культуры личности//Человек в системе коммуникации/Ред. В.Г.Тихонов, Е.П.Савруцкая. Н.Новгород: Изд-во Нижегородского гос. лингвист. ун-та, 2006. С.285-288.
- Журин А.А. Интеграция медиаобразования с курсом средней общеобразовательной школы//Медиаобразование. 2005. № 2. С.29-51.
- Журин А.А. Информационная безопасность как педагогическая проблема//Педагогика. 2001. № 4. С. 48-55.
- Журин А.А. Медиаобразование на уроках естественнонаучного цикла//Естествознание в школе. 2004. №5. С.23-27.
- Журин А.А. Принципы отбора информации СМИ для использования на уроках химии//Химия: методика преподавания. 2005. N 7. С.6-15. N 8. С.3-11.
- Зазнобина Л.С. Технология интеграции медиаобразования с различными учебными дисциплинами // На пути к 12-летней школе. М., 2000. С.178-182.
- Залагаев Д.В. Медиаобразование в информатике – решение коммуникативных задач через интерактивные инструменты сайта//Информационные технологии в образовании, технике, медицине. Т 1. Волгоград: Изд-во Волг. гос. тех. ун-та, 2004. С.108-113.
- Залагаев Д.В. Обучение веб-программированию как средство формирования медиаграмотности – опыт США//Инициирование и формирование стратегических векторов развития образования. Саратов: Саратов. писатель, 2004. С.106-109.
- Залагаев Д.В. Предпосылки необходимости формирования элементов медиамышления учащихся//Математика и информатика: наука и образование. Вып. 4. Омск: Изд-во Омск. гос. пед. ун-та, 2004.
- Залагаев Д.В. Элективный курс как средство интеграции медиаобразования в профильной школе//Информационные технологии в XXI веке. Днепропетровск: ИПК ИнКомЦентр УГХТУ, 2004. С.72-75.
- Змановская Н.В. Медиакоммуникативная образованность студентов вуза – будущих учителей: критерии сформированности//Вопросы педагогического образования. Вып.14. Иркутск: ИПКРО, 2003. С.133-139.
- Змановская Н.В. Медиакоммуникативная образованность учителя как ведущая компонента его профессиональной субкультуры//Вопросы педагогического образования. Вып.12. Иркутск: Изд-во Иркутск. гос. лингвист. ун-та, 2001. С.105-111.

- Змановская Н.В. Педагогическая студия как форма формирования медиакоммуникативной образованности студентов вуза – будущих учителей//Вопросы педагогического образования. Вып.14. Иркутск: ИПКРО, 2003. С.152-158.
- Иванова Л.А. Видео как одно из средств массовой коммуникации и его возможности в медиаобразовании школьников-подростков на уроках французского языка//Вопросы педагогического образования. Вып.11. Иркутск: Изд-во Иркутск. гос. лингвист. ун-та, 2000.
- Иванова Л.А. К вопросу о формировании медиаобразованности будущего учителя в современном обществе//Байкальский психологический и педагогический журнал. Иркутск, 2005. № 1-2. С.131-137.
- Иванова Л.А. Кафедра педагогики в вузе как центр научно-исследовательской работы в области проблем медиаобразования в школьной и вузовской педагогике//Социальная значимость педагогических кафедр в подготовке специалистов системы образования изменяющейся России/Ред. сов.: А.П.Тряпицына, Н.А.Лабунская, И.В.Гладкая. СПб: Изд-во Рос. гос. пед. ун-та, 2006. С.312-323.
- Иванова Л.А. Коллективное решение стратегических проблем медиаобразования в школьной и вузовской педагогике в рамках Восточно-Сибирского Центра развития педагогической науки и образования МАНПО//Вопросы педагогического образования. Вып.17. Иркутск: ИПКРО, 2006.
- Иванова Л.А. Критерии и методика выявления сформированности медиакоммуникативной образованности учащихся в процессе обучения французскому языку (на материале видео)//Вопросы педагогического образования. Вып.14. Иркутск: ИПКРО, 2003. С.291-295.
- Иванова Л.А. Медиаобразование как педагогический феномен//Сибирский педагогический журнал. 2005. №1. С.70-80.
- Иванова Л.А. Особенности восприятия учащимися аутентичных видеодокументов//Вопросы педагогического образования. Вып. 13. Иркутск: ИПКРО, 2002.
- Иванова Л.А. Проблемы медиаобразования в психолого-педагогической литературе//Вопросы педагогического образования. Вып.15. Иркутск: ИПКРО, 2004. С.73-82.
- Иванова Л.А. Роль средств массовой коммуникации в воспитании и социальном формировании подрастающего поколения//Вопросы педагогического образования. Вып.16. Иркутск: ИПКРО, 2005. С.251-259.
- Иванова Л.А. Формирование медиакоммуникативной образованности подростков средствами видео на кружковых занятиях французского языка во ДДиЮТ//Обновление содержания деятельности в учреждениях дополнительного образования детей: результаты и продуктивность педагогической деятельности. Иркутск: ГУОПО, 2000.
- Иванова Л.А. Формирование медиаобразованности будущего учителя (к постановке проблемы)//Проблемы современного образования: Вестник Иркутск. гос. лингвист. ун-та. Сер. педагогика и психология/Под ред. О.А.Лапиной, Л.А.Ивановой. Иркутск: Изд-во Иркутск. гос. лингвист. ун-та, 2005. С.18–26.
- Ильичев Г. Кинообразование в моей жизни//Медиаобразование. 2006. N 1. С.13-18.
- Калач Е.В., Пензин С.Н. Медиаобразование в Серебряном веке//Медиаобразование. 2007 N 2. С.9-19.
- Караулова Н.Е., Павлова Т.П. Использование медиаобразовательных технологий на уроках изобразительного искусства и информатики//Образовательные технологии XXI века/Ред. С.И.Гудилина, К.М.Тихомирова, Д.Т.Рудакова. М.: Изд-во Ин-та содержания и методов обучения Российской Академии образования, 2004. С.196-200.
- Каруна (Донец) И.А. Британский опыт в области медиаобразования: опыт, проблемы, инновации//Искусство и образование. 2003. № 2. С.66-79.
- Каруна (Донец) И.А. Педагогические технологии в сфере медиаобразования//Школьные технологии. 2002. № 1. С.47-50.
- Ким В.А. О визуальном воспитании школьников//Медиаобразование. 2006. N 3. С.34-39.
- Кириллова Н.Б. Медиакультура: реальность и перспективы//Культура. Власть. Общество/Ред. Н.Б.Кириллова. Екатеринбург, 2002. С.139-142.
- Кириллова Н.Б. Медиаобразование в эпоху социальной модернизации//Педагогика. 2005. № 5. С.13-21.

- Кириллова Н.Б. Медиаобразование как фактор социальной модернизации//Уральский Федеральный округ. 2004. №№ 11-12. С.54-55.
- Кириллова Н.Б. От медиаобразования — к медиакультуре//Медиаобразование. 2005. № 5. С.52-55.
- Ковшарова Т.В. О формировании медиаобразованности школьников на занятиях экологии средствами мультимедиа//Вопросы педагогического образования. Вып.16. Иркутск: ИПКРО, 2005. С.259-273.
- Колесниченко В.Л. Интернет-грамотность в Канаде: проблемы и решения//Медиаобразование. 2006. N 3. С.62-68.
- Колесниченко В.Л. Канада – лидер медиаобразования//Перспективные информационные технологии и интеллектуальные системы. 2006. N 1. С.68-72.
- Колесниченко В.Л. Медиаобразование на материале телевидения (канадский опыт)//Преподаватель высшей школы в XXI веке. Сб.4. Таганрог: Изд-во Таганрог. радиотех. ин-та, 2006. С.141–145.
- Колесниченко В.Л. Оракул электронного века//Медиаобразование. 2006. N 1. С.46-49.
- Корконосенко С.Г. Педагогика журналистики: вариант для Таджикистана//Медиаобразование. 2006. N 4. С.
- Короченский А.П. Важный вклад в медиапедагогику//Медиаобразование. 2005. № 1.С.121-124.
- Короченский А.П. Медиакритика и медиаобразование//Высшее образование в России. 2004. № 8. С.40-46.
- Короченский А.П. Медиаобразование в России: не только «внешние» трудности и препятствия//Медиаобразование. 2005. № 3. С.37-42.
- Короченский А.П. Медиаобразование и журналистика на юге России//Юг России в прошлом и настоящем: история, экономика, культура/Отв. ред. И.Т.Шатохин. Белгород: изд-во Белгород. гос. ун-та, 2006. Т.1. С.316-323.
- Короченский А.П. Медиаобразование и медиакритика, их роль в формировании рационально-критического отношения к СМИ//Международный конгресс «300 лет российской газете. От печатного станка к электронным медиа». М.: Изд-во МГУ, 2002. С.195-197.
- Короченский А.П. Медиаобразование как фактор демократизации телевидения (европейский опыт) //Медиаобразование. 2006. N 3. С.44-53.
- Короченский А.П. Медиаобразование как фактор демократизации телевидения (европейский опыт)//Медиаобразование. 2006. N 3. С.44-53.
- Короченский А.П. Медиаобразование: миф или реальность?//Медиаобразование. 2005. № 2. С.82-86.
- Короченский А.П. Существенный вклад в совершенствование медиакультуры коммуникаторов//Медиаобразование. 2006. N 4. С.
- Краткий список книг, брошюр и статей по проблемам медиаобразования, опубликованных западными авторами//Медиаобразование. 2005. № 4. С.91-93.
- Кругликова Л.С. Медиаобразование как условие развития профессиональной компетенции педагогов//Образовательные технологии XXI века/Ред. С.И.Гудилина, К.М.Тихомирова, Д.Т.Рудакова. М.: Изд-во Ин-та содержания и методов обучения Российской Академии образования, 2006. С.364-369.
- Кругликова Л.С. Медиаобразование, интегрированное с базовым: Реальный опыт//Завуч. 2000. № 6. С.24-30.
- Кругликова Л.С. Составляющие профессиональной компетентности в медиаобразовательной деятельности Образовательные технологии XXI века ОТ'07/Под ред. С.И.Гудилиной, К.М.Тихомировой, Д.Т.Рудаковой. М., 2007. С.30-34.
- Кто есть кто в российской медиапедагогике//Медиаобразование. 2006. N 1 С.73-93. № 2. С.62-86.
- Кутькина, О.П. Педагогические условия формирования медиакомпетентности студентов библиотечно-информационной специальности//Психодидактика высшего и среднего образования. Барнаул : Изд-во БГПУ, 2006. Ч. 2. С. 278–281.
- Леготина Н.А. К вопросу о содержании медиаобразования в условиях информационного общества//Человек культуры. Бийск: НИЦ Бийск. гос. пед. ин-та, 2000. С. 110-112.
- Леготина Н.А. К вопросу о формировании терминологического аппарата медиаобразования//Молодежь Зауралья - третьему тысячелетию. Курган, 2000. С.70-71.

- Леготина Н.А. Массовая культура как элемент медиаобразования в истории российской педагогики XX века//Сборник научных трудов аспирантов и соискателей Курганского государственного университета. Вып. 2. Курган, 2000. С. 112-115.
- Леготина Н.А. Основные тенденции формирования содержания медиаобразования школьников//Сборник научных трудов аспирантов и соискателей Курганского государственного университета. Вып. 3. Курган, 2001. С.93-96.
- Леготина Н.А. Педагогические условия подготовки студентов университета к реализации медиаобразования в общеобразовательных учреждениях//Медиаобразование. 2005. № 1. С.56-66.
- Леготина Н.А. Политическое информирование в советской школе и современные проблемы медиаобразования//Наука и образование Зауралья. 2000. № 2. С.253-255.
- Леготина Н.А. Содержание и структура курса «Медиаобразование школьников» для студентов педагогических специальностей университета//Гуманизация образования в XXI веке. Шадринск, 2001. С.154-155.
- Листенгартен В.С. Союз кино и педагогики//Медиаобразование. 2006. N 1. С.94-97.
- Лиханова Е.Н. Социально-психологический и морально этический аспекты экранной культуры современного подростка//Медиаобразование. 2006. N 1. С.22-38.
- Маева Н.М. Содержание медиаобразовательной работы в школе//Образовательные технологии XXI века/Ред. С.И.Гудилина, К.М.Тихомирова, Д.Т.Рудакова. М.: Изд-во Ин-та содержания и методов обучения Российской Академии образования, 2004. С.97-105.
- Максимова В. Журналистское образование: сумма технологий, или культура творчества?//Медиаобразование. 2006. N 1. С.39-45.
- Максимова Г.П. Медиапедагогика как одно из направлений современного образования//Известия вузов. Северо-кавказский регион. 2005. № 4. С.119-123.
- Максимова Г.П. Технологии медиаобразования//Высшее образование в России. 2005. № 6.С.131-134.
- Марченков А.А. Община братьев Люмьер//Медиаобразование. 2005. № 4. С.56-70.
- Марченков А.А., Цветаева В.Б. Перспективы интеграции киноклуба в систему гуманитарного образования//Медиаобразование. 2005. № 3. С.65-68.
- Мельник Г.С. Подходы в изучении проблемы журналистского образования в России//Massmedia. XXI век. 2006. № 1.
- Мельникова Е.М. Медиаобразовательный потенциал детской периодики белгородской области//Журналистика и медиаобразование в XXI веке/Отв. ред. А.П.Короченский. Белгород: Изд-во Белгород. гос. ун-та, 2006. С.229-236.
- Минбалеев А.В. Роль медиаобразования в формировании информационно-правовой культуры современной молодежи//Медиаобразование. 2007 N 1. С.12-16.
- Михарева Н.Б. Медиаобразовательные технологии как средство личностно-ориентированного и деятельностного обучения//Образовательные технологии XXI века/Ред. С.И.Гудилина, К.М.Тихомирова, Д.Т.Рудакова. М.: Изд-во Ин-та содержания и методов обучения Российской Академии образования, 2006. С.369-375.
- Мурюкина Е.В. Диалогическая концепция культуры как методологическая основа медиаобразования//Медиаобразование. 2005. № 3. С.42-55.
- Мурюкина Е.В. Диалоговая концепция культуры как методологическая основа медиаобразования//Формы и методы воспитательной работы в вузе. Казань: Изд-во Казан. гос. пед. ун-та, 2001. С.340-341.
- Мурюкина Е.В. Классификация показателей развития аудитории в области медиакультуры//Дополнительное образование. 2006. № 6. С.39-42.
- Мурюкина Е.В. Медиаобразование старшеклассников на материале кинопрессы (практический аспект)//Образовательные технологии XXI века/Ред. С.И.Гудилина, К.М.Тихомирова, Д.Т.Рудакова. М.: Изд-во Ин-та содержания и методов обучения Российской Академии образования, 2006. С.59-62.
- Мурюкина Е.В. Медиаобразование студентов педагогических вузов для работы в школе с целью формирования информационной культуры у учащихся//Образовательная среда сегодня и завтра. М., 2006.

- Мурюкина Е.В. Медиаобразование: проблемы и тенденции//Проблемы образования студентов гуманитарных вузов в свете развития современных информационных технологий. Таганрог: Изд-во Таганрог. гос. пед. ин-та, 2001. С.68.
- Мурюкина Е.В. Медиаобразовательные занятия с учащимися старших классов на материале кинопрессы//Медиаобразование. 2005. № 4. С.23-39.
- Мурюкина Е.В. Медиаобразовательные занятия со студентами педагогического вуза в контексте личностно-ориентированных подходов//Медиаобразование. 2007 N 2. С.11-115.
- Мурюкина Е.В. Межрегиональная конференция «Информационное общество и молодежь»//Медиаобразование. 2007 N 1.С.8-11.
- Мурюкина Е.В. Модель медиаобразования учащихся старших классов на материале кинопрессы//Медиаобразование. 2005. № 2. С.52-61.
- Мурюкина Е.В. Психологическая характеристика показателей развития аудитории в области медиакультуры//Дополнительное образование. 2005. № 3. С.6-11.
- Мурюкина Е.В. Роль кинопрессы в формировании медиакультуры/медиакомпетентности аудитории//Медиаобразование. 2006. N 3. С.30-33.
- Мурюкина Е.В. Роль медиаобразования в развитии психологии мышления и творчества старшеклассников//Динамика процессов в природе, обществе и технике: информационные аспекты/Ред. В.П.Рыжов, В.П.Федосов. Таганрог: Изд-во Таганрог. радиотех. ун-та, 2003. С.58-61.
- Мурюкина Е.В. Российская кинопресса: современное состояние, тенденции развития//Журналистика и медиаобразование в XXI веке/Отв. ред. А.П.Короченский. Белгород: Изд-во Белгород. гос. ун-та, 2006. С.225-229.
- Мурюкина Е.В. Современная российская кинопресса и медиаобразование//Журналистика 2004: СМИ в многополярном мире. М.: Изд-во МГУ, 2005. С.138-140.
- Мурюкина Е.В. Характеристика уровней развития медиакультуры старшеклассников//Медиаобразование. 2005. № 6. С.48-77.
- Назарова В.В. Роль элективных кинообразовательных курсов в развитии учащихся четвертых-седьмых классов Образовательные технологии XXI века OT'07/Под ред. С.И.Гудиной, К.М.Тихомировой, Д.Т.Рудаковой. М., 2007. С.202-205.
- Нефедова Е.А. Введение условной наглядности как одного из элементов медиаобразования в процесс обучения первоклассников на уроках математики//Образовательные технологии XXI века/Ред. С.И.Гудина, К.М.Тихомирова, Д.Т.Рудакова. М.: Изд-во Ин-та содержания и методов обучения Российской Академии образования, 2004. С.300-303.
- Новикова А.А. Глобализация и медиаобразование//Современный человек в пространстве образования и науки/Ред. Е.П.Александров и др. Таганрог: Изд-во Таганрог. ин-та управления и экономики, 2004. С.174-180.
- Новикова А.А. Интеграция обучения медиаграмотности в систему образования//Журналистика 2004: СМИ в многополярном мире. М.: Изд-во МГУ, 2005. С.338-339.
- Новикова А.А. Медиа на уроке английского языка: техническое средство обучения или медиаобразование? //Медиаобразование. 2005. № 1. С.107-112.
- Новикова А.А. Медиаобразование в англоязычных странах//Педагогика. 2001. № 5. С.87-91.
- Новикова А.А. Медиаобразование в контексте теории «диалога культур»//Проблемы образования студентов гуманитарных вузов в свете развития современных информационных технологий. Таганрог: Изд-во Таганрог. гос. пед. ин-та, 2001. С.69-70.
- Новикова А.А. Медиаобразование в США и теория «диалога культур» в контексте современного гуманитарного обучения//Гуманитарная культура специалиста/Ред. М.А.Молчанова, В.Г.Кабарухин, Е.П.Александров. Таганрог: Изд-во ТИУиЭ, 2001. С. 176-181.
- Новикова А.А. Медиаобразование в США. Ч.2.//Искусство и образование. 2000. № 4. С.35-49.
- Новикова А.А. Медиаобразование в США: проблемы и тенденции//Дистанционное и виртуальное обучение. 2000. № 9. С.40-43.
- Новикова А.А. Медиаобразование в США: проблемы и тенденции//Педагогика. 2000. № 3. С. 68-75.

- Новикова А.А. Методика проведения медиаобразовательных занятий, интегрированных в курс английского языка//Образовательные технологии XXI века/Ред. С.И.Гудилина, К.М.Тихомирова, Д.Т.Рудакова. М.: Изд-во Ин-та содержания и методов обучения Российской Академии образования, 2006. С.82-85.
- Новикова А.А. Современные тенденции развития медиаобразования в США//Медиаобразование. 2006. N 3. С.54-61.
- Новикова А.А. Технология веб-квестов как средство развития медиаграмотности учащихся//Журналистика в 2005 году: трансформация моделей СМИ в постсоветском пространстве. М.: Изд-во МГУ, 2006. С.537-539.
- Павлова Е.Д. Медиаобразование как способ формирования национальной информационной культуры//Приоритетные национальные проекты: первые итоги и перспективы реализации//Отв. ред. Ю.С. Пивоваров. М.: ИНИОН РАН, 2007. С.204-208.
- Пантелеева Е.Е. Медиаобразовательные технологии в школьной практике//Образовательные технологии XXI века/Ред. С.И.Гудилина, К.М.Тихомирова, Д.Т.Рудакова. М.: Изд-во Ин-та содержания и методов обучения Российской Академии образования, 2006. С.376-378.
- Парменова Н.А. Медиаобразование на уроках русского языка и литературного чтения в начальной школе//Образовательные технологии XXI века/Ред. С.И.Гудилина, К.М.Тихомирова, Д.Т.Рудакова. М.: Изд-во Ин-та содержания и методов обучения Российской Академии образования, 2006. С.315-317.
- Пензин С.Н. ...плюс краеведение и культурология//Медиаобразование. 2005. № 3. С.28-36.
- Пензин С.Н. Кино в системе воспитания и вузе//Воспитательная среда вуза как фактор профессионального становления специалиста. Воронеж: Изд-во Воронеж. гос. ун-та, 2001. С. 77-78.
- Пензин С.Н. Кинообразование в университете//Вестник Воронежского государственного университета. 2001. № 1. С.70-73.
- Пензин С.Н. Медиаобразование и диалог культур//Вестник Воронежского государственного университета. 2004. № 3. С.124-132.
- Пензин С.Н. Медиаобразование: дорога длиною в жизнь//Медиаобразование. 2005. № 5. С.43-51.
- Пензин С.Н. Николай Алексеевич Лебедев (1897-1978): патриарх отечественного кинообразования//Медиаобразование. 2005. № 1. С.81-89.
- Пензин С.Н. Приобщение студентов к искусству кино как эффективный фактор гуманитаризации высшего образования//Актуальные проблемы гуманитаризации высшего образования. Воронеж: Изд-во Воронеж. гос. ун-та, 2000. С.183-187.
- Пензин С.Н. Союз медиапедагогики и краеведения//Высшее образование в России. 2005. № 6. С.127-131.
- Пензин С.Н. Университет и формирование медиакультуры//Университет и общество. Сотрудничество университетов в XX веке. М.: МАКС Пресс, 2003. С.110-111.
- Пензин С.Н. Учебное кино в университете//Вестник Воронеж. гос. ун-та. Воронеж: Изд-во Воронеж. гос. ун-та, 2003. № 2. С.66-72.
- Пензин С.Н. Учитель кино (к пятидесятилетию педагогической деятельности Олега Александровича Баранова)//Медиаобразование. 2007 N 1. С.83-92
- Писаренко В.И. Использование видеоматериалов в развитии гуманитарной культуры//Гуманитарная культура специалиста/Ред. М.А.Молчанова, В.Г.Кабарухин, Е.П.Александров. Таганрог: Изд-во ТИУиЭ, 2001. С.188-194.
- Писаренко Н.А. Создание и использование транспарантов для графопроектора к урокам русского языка как один из приемов медиаобразовательной технологии//Образовательные технологии XXI века/Ред. С.И.Гудилина, К.М.Тихомирова, Д.Т.Рудакова. М.: Изд-во Ин-та содержания и методов обучения Российской Академии образования, 2004. С.286-294.
- Плавкина А.А. Формирование коммуникативной компетентности на основе медиаобразовательных технологий (на уроке информатики) //Образовательные технологии XXI века/Ред. С.И.Гудилина, К.М.Тихомирова, Д.Т.Рудакова. М.: Изд-во Ин-та содержания и методов обучения Российской Академии образования, 2006. С.180-182.
- Подкопаева Е.В. Кино для историка//Медиаобразование. 2006. N 1. С.18-21.

- Поличко Г.А. Изучение изображения как компонента экранного образа//Медиаобразование. 2005. № 3. С.56-65.
- Поличко Г.А. Автобиографические заметки медиапедагога//Медиаобразование. 2005. № 1. С.25-55.
- Поличко Г.А. Изучение монтажа на медиаобразовательных занятиях//Медиаобразование. 2005 № 4. С.40-48.
- Поличко Г.А. Медиаобразование будущих продюсеров кино и ТВ в государственном университете управления//Проблемы образования студентов гуманитарных вузов в свете развития современных информационных технологий. Таганрог: Изд-во Таганрог. гос. пед. ин-та, 2001. С.71-73.
- Поличко Г.А. Методические рекомендации к анализу экранного произведения//Вестник Гос. ун-та управления (ГУУ). 2000. № 1.
- Поличко Г.А. Нужна массовая кинограмотность! О подготовке продюсеров кино и ТВ в Государственном университете управления//Вестник Союза кинематографистов РФ. 2001. №34-35.
- Поличко Г.А. О методике преподавания основ аудиовизуальной культуры студентам квалификации «Продюсер кино и телевидения» Вестник Гос. ун-та управления (ГУУ). 2000. № 1.
- Постовая Л.Б. Формирование коммуникативной компетентности на основе использования медиаобразовательных технологий (на уроках развития речи в 6 классе)//Образовательные технологии XXI века/Ред. С.И.Гудилина, К.М.Тихомирова, Д.Т.Рудакова. М.: Изд-во Ин-та содержания и методов обучения Российской Академии образования, 2006. С.206-208.
- Программа учебного курса «История медиаобразования»//Медиаобразование. 2005. № 4. С.71-78.
- Программа учебного курса «Основы медиаобразования»//Медиаобразование. 2005. № 5. С.75-88.
- Программа учебного курса «Теории медиа и медиаобразования»//Медиаобразование. 2005 № 4. С.78-87.
- Программа учебного курса «Технология медиаобразования в школе и вузе»//Медиаобразование. 2005. № 6. С.78.
- Разлогов К.Э. Медиаобразование – мифы и реальность//Медиаобразование. 2006. N 3. С.90-93.
- Разлогов К.Э. Что такое медиаобразование?//Медиаобразование. 2005. № 2. С.68-75.
- Решение Межрегионального «круглого стола» «Медиаобразование: проблемы и перспективы»//Медиаобразование. 2005. № 1. С.4-6.
- Российские медиапедагоги XX века: краткие творческие биографии//Медиаобразование. 2005. № 5. С.62-74.
- Рудакова Д.Т. Развитие коммуникативной культуры на основе использования информационно-коммуникативных технологий//Образовательные технологии XXI века/Ред. С.И.Гудилина, К.М.Тихомирова, Д.Т.Рудакова. М.: Изд-во Ин-та содержания и методов обучения Российской Академии образования, 2006. С.111-118.
- Рудакова Д.Т. Развитие содержания деятельности в условиях использования медиаобразовательных технологий//Образовательные технологии XXI века/Ред. С.И.Гудилина, К.М.Тихомирова, Д.Т.Рудакова. М.: Изд-во Ин-та содержания и методов обучения Российской Академии образования, 2004. С.144-151.
- Рыжих Н.П. Изучение англоязычных экранных искусств студентами неязыковых специальностей//Наука и образование Зауралья. 2000. № 3. С.233-237.
- Рыжих Н.П. Изучение аудиовизуальной медиаграмотности школьников на материале экранных искусств//Медиаобразование. 2005. № 1. С.93-102.
- Рыжих Н.П. Интегрированные занятия по медиаобразованию на материале англоязычных экранных искусств в вузе//Гуманитарная культура специалиста/Ред. М.А.Молчанова, В.Г.Кабарухин, Е.П.Александров. Таганрог: Изд-во ТИУиЭ, 2001. С.181-184.
- Рыжих Н.П. Медиаобразование в свете диалога культур//Вестник Таганрогского государственного педагогического института. 2006. N 2. С.136-139.
- Рыжих Н.П. Медиаобразование и проблема насилия на экране//Современный человек в пространстве образования и науки/Ред. Е.П.Александров и др. Таганрог: Изд-во Таганрог. ин-та управления и экономики, 2004. С.194-203.

- Рыжих Н.П. Обучение студентов в рамках курсов педагогической специализации «Медиаобразование» //Медиаобразование. 2006. N 4. С.
- Рыжих Н.П. Подготовка студентов факультета социальной педагогики к организации досуговой деятельности на материале экранных искусств//Проблемы образования студентов гуманитарных вузов в свете развития современных информационных технологий. Таганрог: Изд-во Таганрог. гос. пед. ин-та, 2001. С.73-74.
- Рыжих Н.П. Роль медиаобразования в подготовке социальных педагогов//Теоретические и практические проблемы социальной педагогики/Ред. Т.Д.Молодцова. Таганрог: Изд-во Таганрог. гос. пед. ин-та, 2001. С.125-127.
- Сальный Р.В. Кинопресса, школьники и медиаобразование//Медиаобразование. 2006. N 3. С.122-124.
- Сальный Р.В. Концепция Ю.Н. Усова и проблема медиавосприятия//Медиаобразование. 2007 N 2. С.122-124.
- Сальный Р.В. Медиа: проблемы власти и свободы//Медиаобразование. 2006. N 2. С.102-104.
- Сальный Р.В. Мыслить критически//Медиаобразование. 2006. N 3. С.120-122.
- Сальный Р.В. Развитие восприятия аудиовизуального медиатекста у старшеклассников//Материалы XIII международной конференции студентов, аспирантов и молодых ученых «Ломоносов»/Ред. А.И.Андреев, И.А.Алешковский. Т.2. М.: Изд-во МГУ, 2006. С.418-419.
- Селевко Г.К. Медиаобразование - защита от манипулирования сознанием//Народное образование. 2005. N 9. С.127-131.
- Селевко Г.К., Селевко А.Г. Социальное воспитание средствами массовой информации и коммуникации//Школьные технологии. 2002. № 3. С.109-120.
- Сесин А.В. Применение медиаобразовательных технологий на уроках мировой художественной культуры//Образовательные технологии XXI века/Ред. С.И.Гудилина, К.М.Тихомирова, Д.Т.Рудакова. М.: Изд-во Ин-та содержания и методов обучения Российской Академии образования, 2004. С.125-127.
- Симаков В.Д. Из истории кинолюбительства в России//Медиаобразование. 2006. N 3. С.4-17.
- Симаков В.Д. Воздействие медиатекста и свет в кадре//Медиаобразование. 2006. N 4. С.
- Симаков В.Д. Когда в руках видеокамера//Искусство в школе. 2006. № 1. С.55-56.
- Смирнов Д.О., Зубакин М.В. Медиапсихология: теория, практика и перспективы развития//Медиаобразование. 2007 N 1. С.26-35.
- Соколова Н.Ю. Медиаобразование, интегрированное со школьным курсом физики//Преподавание физики в высшей школе. МПГУ. 2000. N19. С.71-74.
- Соколова Н.Ю. О возможностях обновления содержания курса физики в условиях интеграции медиаобразования//Проблемы перехода к 12-летней системе обучения. М.: ИОСО РАО, 2000. С. 119-121.
- Соколова Н.Ю. Преподавание темы «Развитие современных средств связи» в рамках интеграции медиаобразования в школьный курс физики//Проблемы перехода к 12-летней системе обучения. М.: ИОСО РАО, 2000. С. 115-119.
- Список книг, статей по проблемам медиаобразования, опубликованных российскими авторами на иностранных языках//Медиаобразование. 2005. № 5. С.91-03.
- Список диссертаций по тематике медиаобразования, медиаграмотности, медиакультуре, информационной культуре, медиаграмотности, информационной грамотности, компетентности (с 2000 по 2006 годы)//Медиаобразование. 2006. N 4. С.
- Список литературы по тематике медиаобразования, опубликованной в 2006 году на русском языке//Медиаобразование. 2006. N 4. С.
- Список российских диссертаций по проблемам медиаобразования //Медиаобразование. 2005. № 2. С.112-116.
- Список российских журнальных статей по проблемам медиаобразования//Медиаобразование.2005. № 1.С.125-128.
- Список российских книг и брошюр по проблемам медиа и медиаобразования//Медиаобразование. 2005. № 2. С.117-122.

- Список учебных программ по медиаобразованию, разработанных российскими авторами//Медиаобразование.2005. № 3. С.104-108.
- Спичкин А.В. Видеокамера в школе//Наука и образование Зауралья. 2000. № 3. С. 224-229.
- Столбникова Е.А. Информационная безопасность личности в содержании медиаобразования//Здоровье детей как ценность культуры/Ред. К.В.Султанов. СПб: Изд-во СПб гос. пед. ун-та, 2003. С.321-322.
- Столбникова Е.А. К вопросу о медиаграмотности современных педагогов//Глобализация: pro et contra: «Глобализационный вызов истории на рубеже тысячелетий: приоритеты российской культуры и искусства». СПб., 2006. С. 265-267.
- Столбникова Е.А. Медиаграмотность как профессиональная компетентность//Проблемы модернизации высшего профессионального образования. Волгодонск, 2006. С.62-67.
- Столбникова Е.А. Медиаграмотность современных педагогов как профессиональная компетентность//Медиаобразование. 2006. N 2. С.55-61.
- Столбникова Е.А. Медиаобразование: проблема воспитания критического мышления//Проблемы научной и учебно-методической работы в вузе/Ред.Р.М.Чумичева. Волгодонск: Волгодонск. Полиграфобъединение, 2001. С.150-155.
- Столбникова Е.А. Модель медиаобразования студентов педагогического вуза на материале рекламных медиатекстов//Медиаобразование. 2005. № 1. С.66-77.
- Столбникова Е.А. Особенности медиаобразования в области рекламы//Педагогический альманах. 2002. № 3-4. С.86-87.
- Столбникова Е.А. Особенности социально-психологического воздействия рекламы на студенческую аудиторию//Медиаобразование. 2005. № 3. С.69-95.
- Столбникова Е.А. Проблемы информационной безопасности современного студенчества//Современные проблемы прикладной психологии». Ярославль, 2006.
- Сысоева Н.В. Условная наглядность на уроках русского языка как один из приемов медиаобразования//Образовательные технологии XXI века/Ред. С.И.Гудилина, К.М.Тихомирова, Д.Т.Рудакова. М.: Изд-во Ин-та содержания и методов обучения Российской Академии образования, 2004. С.294-300.
- Тарасов К.А. Аудиовизуальная культура и образование//Высшее образование в России. 2005. № 5. С.90-96.
- Тихомирова К.М. Визуальные средства обучения в системе медиаобразовательных технологий в начальных классах//Образовательные технологии XXI века/Ред. С.И.Гудилина, К.М.Тихомирова, Д.Т.Рудакова. М.: Изд-во Ин-та содержания и методов обучения Российской Академии образования, 2004. С.243-268.
- Тихомирова К.М. Исследование уровня медиаобразовательной подготовки младших школьников//Школа 2000. Концепции, методики, эксперимент/Под ред. Ю.И.Дика, А.В.Хуторского. М.: Изд-во Ин-та общего среднего образования Российской Академии образования, 1999. С.291-298.
- Тихомирова К.М. Методический прием в системе медиаобразовательных технологий Образовательные технологии XXI века ОТ'07/Под ред. С.И.Гудилиной, К.М.Тихомировой, Д.Т.Рудаковой. М., 2007. С.263-271.
- Тихомирова К.М. Результаты эксперимента по формированию первоначальных информационных умений у младших школьников//На пути к 12-летней школе/Под ред. Ю.И.Дика, А.В.Хуторского. М.: Изд-во Ин-та общего среднего образования Российской Академии образования, 2000. С.355-362.
- Туликов А.В. Перспективы реализации международного проекта ECDL в Российской Федерации//Медиаобразование. 2006. N 2. С.49-54.
- Усов Ю.Н. Виртуальное мышление школьников в приобщении к различным видам искусства//Искусство в школе. 2000. № 6. С.3-6. 2001. № 1. С.27-34.
- Усов Ю.Н. Экранные искусства – новый вид мышления// Искусство и образование.2000. № 3. С. 48-69.
- Ушакова С.В. Роль журналистики в развитии медиакультуры аудитории//Журналистика и медиаобразование в XXI веке/Отв. ред. А.П.Короченский. Белгород: Изд-во Белгород. гос. ун-та, 2006. С.222-224.

- Факторович А.Л. Медиаобразование и специфика региональной информационной политики//Журналистика и медиаобразование в XXI веке/Отв. ред. А.П.Короченский. Белгород: Изд-во Белгород. гос. ун-та, 2006. С.236-238.
- Фатеева И.А. Непрофессиональное медиаобразование и его кадровое обеспечение в России//Вестник Челябинского государственного университета. 2005. № 1. С.6-10.
- Фатеева И.А. От творческого конкурса к экзамену по медиакультуре//Высшее образование в России. 2005. № 5. С.86-89.
- Федоров А.В. А.В.Шариков – пионер российского медиаобразования//Искусство и образование. 2005. № 6. С.67-79.
- Федоров А.В. И.С.Левшина: кинокритик и кинопедагог//Искусство и образование. 2004. № 6. С.75-79.
- Федоров А.В. «Курганская школа»: от кинообразования – к медиаобразованию//Искусство и образование. 2004. № 4. С.52-70.
- Федоров А.В. Анализ медийных стереотипов на занятиях в студенческой аудитории//Иновации в образовании. 2006. N 6. С. 24-38.
- Федоров А.В. Анализ медийных стереотипов на занятиях в студенческой аудитории//Иновации в образовании. 2006. N 6. С. 24-38.
- Федоров А.В. Анализ персонажей медиатекстов на занятиях: творческие задания//Перемена. 2007. N 3. С.15-21.
- Федоров А.В. Аудиовизуальные медиа и защита прав ребенка (медиаобразование как один из путей противостояния негативному воздействию экранного насилия на несовершеннолетнюю аудиторию)//Иновационные образовательные технологии. 2005. № 4. С.46-51.
- Федоров А.В. Варианты тестов, проблемных вопросов и заданий, наиболее часто используемых зарубежными педагогами на занятиях медиаобразовательного цикла//Медиаобразование. 2006. N 2. С.87-100.
- Федоров А.В. Влияние телеэкранных насилия на детскую аудиторию в США//США-Канада: Экономика, политика, культура. 2004. № 1. С.77-93.
- Федоров А.В. Возможности ограничения и контроля показа насилия на экране//Журналистика 2004: СМИ в многополярном мире. М.: Изд-во МГУ, 2005. С.61-63.
- Федоров А.В. Идентификационный анализ на медиаобразовательных занятиях в студенческой аудитории//Медиаобразование. 2007 N 1. С.36-43.
- Федоров А.В. Интегрированное медиаобразование в российской школе: анализ обязательного минимума содержания//Иновации в образовании. 2006. № 2. С.5-13.
- Федоров А.В. История российского кино: взгляд из Америки//Медиаобразование. 2007 N 1. С.98-99
- Федоров А.В. Кино должно воспитывать//Встреча: культурно-просветительная работа. 2000. № 1. С.20.
- Федоров А.В. Киноискусство и художественное образование//Педагогика. 2002. № 2. С. 21-26.
- Федоров А.В. Классификация показателей развития медиаграмотности аудитории//Образовательные технологии XXI века/Ред. С.И.Гудилина, К.М.Тихомирова, Д.Т.Рудакова. М.: Изд-во Ин-та содержания и методов обучения Российской Академии образования, 2006. С.18-26.
- Федоров А.В. Классификация показателей развития медиаграмотности студентов педагогических вузов//Журналистика в 2005 году: трансформация моделей СМИ в постсоветском пространстве. М.: Изд-во МГУ, 2006. С.549-551.
- Федоров А.В. Классификация показателей развития профессиональных знаний и умений, необходимых педагогам для медиаобразовательной деятельности//Журналистика и медиаобразование в XXI веке/Отв. ред. А.П.Короченский. Белгород: Изд-во Белгород. гос. ун-та, 2006. С.214-221.
- Федоров А.В. Классификация показателей развития профессиональных знаний и умений, необходимых педагогам для медиаобразовательной деятельности//Социальная значимость педагогических кафедр в подготовке специалистов системы образования изменяющейся России/Ред. сов.: А.П.Тряпицына, Н.А.Лабунская, И.В.Гладкая. СПб: Изд-во Рос. гос. пед. ун-та, 2006. С.323-332.
- Федоров А.В. Контент-анализ на медиаобразовательных занятиях Образовательные технологии XXI века OT'07/Под ред. С.И.Гудиловой, К.М.Тихомировой, Д.Т.Рудаковой. М., 2007. С.163-165.

- Федоров А.В. Краткий словарь основных медиаобразовательных терминов//Медиатека. 2006. N 2. С.33-37. N 3.
- Федоров А.В. Кто есть кто в зарубежной медиапедагогике//Медиаобразование. 2006. N 3. С.72-89.
- Федоров А.В. Медиаобразование в Австралии//Медиаобразование. 2005. № 1. С.103-106.
- Федоров А.В. Медиаобразование в Бельгии//Дистанционное и виртуальное обучение. 2002. № 6. С.53-56.
- Федоров А.В. Медиаобразование в Бельгии//Педагогика. 2002. № 1.С.97-99.
- Федоров А.В. Медиаобразование в Восточной Европе//Медиаобразование. 2005. № 4. С.49-55.
- Федоров А.В. Медиаобразование в Германии, Австрии и Швейцарии//Медиаобразование. 2005. № 2. С.97-106.
- Федоров А.В. Медиаобразование в Канаде//Высшее образование в России. 2002. № 1. С.116-118.
- Федоров А.В. Медиаобразование в контексте теории диалога культур//Школьные технологии. 2003. № 3. С.212-216.
- Федоров А.В. Медиаобразование в Латинской Америке//Медиаобразование. 2006. N 3. С.69-71.
- Федоров А.В. Медиаобразование в России//Alma Mater. Вестник высшей школы. 2002. № 7. С.29-32.
- Федоров А.В. Медиаобразование в Скандинавии//Медиаобразование. 2005. № 3. С.96-101.
- Федоров А.В. Медиаобразование в современной России//Медиаобразование сегодня: содержание и менеджмент. М.: Изд-во Гос. ун-та управления, 2002. С.50-56.
- Федоров А.В. Медиаобразование в Соединенном Королевстве и Ирландии//Медиаобразование. 2006. N 4. С.61-91.
- Федоров А.В. Медиаобразование во Франции//Педагогика. 2003. № 5. С.90-96.
- Федоров А.В. Медиаобразование должно стать частью учебных программ//Перемена. 2006. № 3. С.25-30.
- Федоров А.В. Медиаобразование и медиаграмотность в обществах знаний//ЮНЕСКО между этапами Всемирного саммита по информационному обществу. М.: Изд-во Ин-та развития информационного общества, 2005. С.329-339.
- Федоров А.В. Медиаобразование и медиаграмотность: мнения экспертов//Образовательные технологии XXI века/Ред. С.И.Гудилина, К.М.Тихомирова, Д.Т.Рудакова. М.: Изд-во Ин-та содержания и методов обучения Российской Академии образования, 2004. С.51-71.
- Федоров А.В. Медиаобразование и медиакритика в современном российском обществе//Журналистика 2003: Обретения и потери, стратегии развития. М.: Изд-во МГУ, 2004. С.38-39.
- Федоров А.В. Медиаобразование как один из путей противостояния негативному воздействию экранного насилия на несовершеннолетнюю аудиторию//Молодежь и общество. 2007. N 1. С.110-116.
- Федоров А.В. Медиаобразование по С.Н.Пензину//Искусство и образование. 2004. № 3. С.64-74.
- Федоров А.В. Медиаобразование, медиаграмотность, медиакритика и медиакультура//Высшее образование в России. 2005. № 6. С.134-138.
- Федоров А.В. Медиаобразование: творческие задания для студентов и школьников//Инновации в образовании. 2006. N 4. С.175-228.
- Федоров А.В. Медиапедагогика Ю.Н.Усова//Искусство и образование. 2003. №3. С.65-74. № 4.
- Федоров А.В. Международные конференции по медиаобразованию//Медиаобразование. 2006. N 1. С.50-72.
- Федоров А.В. Насилие на экране и российская молодежь//Вестник Российского гуманитарного научного фонда. 2001. № 1. С.131- 145.
- Федоров А.В. Насилие на экране//Встреча: Культурно-просветительная работа. 2000. № 9. С.16.
- Федоров А.В. Насилие на экране//Человек. 2004. № 5. С.142-151.
- Федоров А.В. Несовершеннолетняя аудитория и насилие на экране//Педагогическая диагностика. 2007. N 1. С.141-151.
- Федоров А.В. О.А.Баранов: от киноклуба – к университету//Искусство и образование.2004. № 2. С.58-66.
- Федоров А.В. Обоснование модели медиаобразования будущих педагогов//Образовательная среда сегодня и завтра. М., 2006.

- Федоров А.В. Основные модели медиаобразования в США//Человек в системе коммуникации/Ред. В.Г.Тихонов, Е.П.Савруцкая. Н.Новгород: Изд-во Нижегородского гос. лингвист. ун-та, 2006. С.278-281.
- Федоров А.В. Основные тенденции развития медиаобразования за рубежом в 70-80-х годах XX века//Вестник Российского гуманитарного научного фонда. 2005. № 1. С.180-191.
- Федоров А.В. От чтения книг – к чтению медиатекстов//Школьная библиотека. 2005. № 4. С.30-33.
- Федоров А.В. Отношение учащихся к насилию на экране, причины и следствия их контакта с экранном насилием//Педагогическая диагностика. 2007. N 2. С.129-139.
- Федоров А.В. Отношение учителей к проблеме медиаобразования школьников//Образовательные технологии XXI века/Ред. С.И.Гудилина, К.М.Тихомирова, Д.Т.Рудакова. М.: Изд-во Ин-та содержания и методов обучения Российской Академии образования, 2005. С.84-97.
- Федоров А.В. Отношение школьных учителей к проблеме насилия на экране//Молодежь и общество. 2007. N 1. С.90-109.
- Федоров А.В. Поиски новых ориентиров в медиаобразовании//Журналистика и медиарынок. 2006. №7 – 8.
- Федоров А.В. Права ребенка и насилие на экране//Мониторинг. 2004. № 2. С.87-93.
- Федоров А.В. Проблемы аудиовизуального восприятия//Искусство и образование. 2001. № 2. С.57-64.
- Федоров А.В. Проблемы медиавосприятия и развития аудитории в области медиакультуры//Прикладная психология. 2002. № 2. С.84-89.
- Федоров А.В. Программа учебного курса «Медиаобразование в западных странах»//Медиаобразование. 2006. N 3. С.95-109
- Федоров А.В. Развитие критического мышления в медиаобразовании: основные понятия//Инновации в образовании. 2007. № 4. С.30-47.
- Федоров А.В. Развитие медиаобразования на современном этапе//Инновации в образовании. 2007. № 3. С.40-51.
- Федоров А.В. Состояние медиаобразования в мире: мнения экспертов//Медиаобразование. 2007 N 1. С.44-82.
- Федоров А.В. Состояние медиаобразования в мире: мнения экспертов//Медиаотека. 2006. N 3. С.27-33. 2007. N 1. С.26-33.
- Федоров А.В. Специфика медиаобразования студентов педагогических вузов//Педагогика. 2004. № 4. С.43-51.
- Федоров А.В. Сравнительный анализ уровней показателей развития медиаграмотности студентов//Инновации в образовании. 2007. N 1. С.43-75.
- Федоров А.В. Терминология медиаобразования//Искусство и образование. 2000. № 2. С. 33-38.
- Федоров А.В. Феномен медийного успеха//Вестник электронных и печатных СМИ. 2007 № 1.
- Федоров А.В. Центр изучения медиа и коммуникаций в Центрально-Европейском университете//Медиаобразование. 2007 N 1. С.96-97.
- Федоров А.В. Школьники и компьютерные игры с «экранном насилием»//Педагогика. 2004. С.45-49.
- Федоров А.В. Школьные учителя и проблема «экранного насилия»//Инновационные образовательные технологии. 2006. № 1. С.35-47.
- Федоров А.В. Эстетический анализ медиатекстов на занятиях в студенческой аудитории//Инновационные образовательные технологии. 2007. № 2.
- Федоров А.В., Новикова А.А. Интерактивное развитие медиакомпетентности в Web Quest и деловой интернет-игре//Медиаобразование. 2006. N 4. С.49-60.
- Федоров А.В., Новикова А.А. Ключевые теории медиаобразования//Преподаем журналистику: взгляды и опыт/Ред.-сост. С.Г.Корконосенко. СПб.: Изд-во СПб. гос. ун-та, 2006. С.51-84.
- Федоров А.В., Новикова А.А. Медиа и медиаобразование//Alma Mater. Вестник высшей школы. – 2001. № 11. С.15-23.
- Федоров А.В., Новикова А.А. Медиаобразование в США и Канаде//США – Канада: Экономика. Политика. Культура. 2004. № 9. С.96-104.

- Федоров А.В., Новикова А.А. Медиаобразование в США: методические подходы//США и Канада: Экономика-Политика-Культура. 2006. № 1. С.110-119.
- Федоров А.В., Новикова А.А. Основные теоретические концепции медиаобразования//Вестник Российского гуманитарного научного фонда. 2002. № 1. С.149-158.
- Федоров А.В., Новикова А.А. Становление медиаобразования в зарубежных странах в 20-х – 40-х годах XX века//Медиаобразование. 2006. N 3. С.18-20.
- Федоров А.В., Челышева И.В. Медиаобразование в современной России: основные модели//Высшее образование в России. 2004. № 8. С.34-39.
- Федоров А.В., Челышева И.В. Сравнительный анализ медиаобразовательных моделей//Медиаобразование. 2007 N 2. С.52-86.
- Федорцова С.С. Восприятие медиатекстов старшеклассниками//Высокие технологии в педагогическом процессе/Ред. А.А.Червова. Т.2. Н.Новгород: Изд-во ВГИПУ, 2006. С.237-239.
- Федорцова С.С. Инфокоммуникационные технологии в процессе обучения//преподаватель высшей школы в XXI веке. Сб.4. Ростов: изд-во Рост. гос. ун-та путей сообщения, 2006. С.165-169.
- Федорцова С.С. Медиаобразование в информационном обществе//Журналистика и медиаобразование в XXI веке/Отв. ред. А.П.Короченский. Белгород: Изд-во Белгород. гос. ун-та, 2006. С.246-248.
- Федорцова С.С. Медиатексты в современном образовании//Известия высших учебных заведений. Северо-Кавказский регион. 2006. Спец. вып. С.76-78.
- Фоминова М.Н. Экранная культура в системе работы учителя мировой художественной культуры//Искусство в школе. 2003. № 5. С.44-48.
- Франко Г.Ю. Великая Отечественная в литературе и на экране//Искусство в школе. 2005. №1. С.54-63.
- Франко Г.Ю. Документальный экран в художественном образовании старших школьников//Искусство в школе. 2004. № 4. С.82-89.
- Франко Г.Ю. Искусство кино и отечественная культура//Программы дополнительного художественного образования детей. М.: Просвещение, 2005. С.166-181.
- Хилько Н.Ф. Аудиовизуальное творчество как художественно-эстетическая деятельность//Искусство и образование. 2006. № 1. С.59-71.
- Хилько Н.Ф. Аудиовизуальное творчество как художественно-эстетическая деятельность//Искусство и образование. 2006. № 1. С.59-71.
- Хилько Н.Ф. Коллективные и авторские компоненты педагогических технологий аудиовизуального творчества//Образовательная среда сегодня и завтра. М., 2006.
- Хилько Н.Ф. Концепция социокультурных педагогических технологий любительского аудиовизуального творчества//Досуг. Творчество. Медиакультура: духовно-экологические аспекты и технологии/Отв. ред. Н.Ф.Хилько. Омск: изд-во Сибир. филиала Российского института культурологии, 2005. С.18-23.
- Хилько Н.Ф. Медиакультурное взаимодействие и экология экранного творчества//Искусство и образование. 2004. № 4. С.71-79.
- Хилько Н.Ф. Медиасреда в системе взаимоотношений с экранной информацией//Медиаобразование. 2006. N 4. С.
- Хилько Н.Ф. Педагогика экранной культуры: парадигмы творчества//Искусство и образование. 2003. № 3. С.75-81.
- Хилько Н.Ф. Психолого-педагогические особенности аудиовизуального творчества в медиаобразовании//Медиаобразование. 2005. № 6. С.14-38.
- Хилько Н.Ф. Социокультурные педагогические технологии любительского аудиовизуального творчества//Досуг. Творчество. Медиакультура: духовно-экологические аспекты и технологии/Отв. ред. Н.Ф.Хилько. Омск: Изд-во Сибир. филиала Российского ин-та культурологии, 2005. С.54-148.
- Хилько Н.Ф. Экспериментальная программа по экологии экранного творчества//Досуг. Творчество. Медиакультура: духовно-экологические аспекты и технологии/Отв. ред. Н.Ф.Хилько. Омск: изд-во Сибир. филиала Российского ин-та культурологии, 2005. С.39-54.

- Хитцова Н.Г. К вопросу о современных подходах к проблеме медиаобразования//Проблемы целостности и непрерывности образования/Под ред. А.С. Косоковой, О.А. Лапиной. Иркутск, 2004. С.205-209.
- Хитцова Н.Г. Медиаобразование, интегрированное с предметом «Музыка», как средство становления и развития индивидуальности, формирования информационной культуры младших школьников//XX Мерлинские чтения. Ч. II /Под ред. Б.А. Вяткина, А.А. Волочкова. Пермь: Изд-во Перм. гос. пед. ун-та, 2005. С.271-273.
- Хитцова Н.Г. Об опытно-экспериментальной деятельности по проблеме медиаобразования на уроке музыки в начальной школе//Теория и практика гуманизации педагогического процесса: материалы собрания лаборатории гуманной педагогики. Вып 5//Под ред. О.А. Лапиной. Иркутск, 2005. С.123-126.
- Худолеева Е.И. Педагогические проблемы современного медиаобразования в России//Материалы 56-й научно-практической конференции преподавателей и студентов. Благовещенск: Изд-во БГПУ, 2006. С.92-99.
- Худолеева Е.И. Преимущества и недостатки использования компьютера при решении педагогических проблем медиаобразования в ФРГ и в России//Компьютерные учебные программы и инновации. 2006. № 7. С.152-157.
- Цветаева В.Б., Марченков А.А. Киноклуб как форма содержательного досуга и институт гражданского общества//Народная культура: личность, творчество, досуг. Омск, 2003.
- Чельшева И.В. Зарождение и начало развития медиаобразования в России (1900-1934)//Медиаобразование. 2005. №1. С.7-25.
- Чельшева И.В. Медиаобразование в России: от тоталитарной эпохи к «оттепели» (1935-1968)//Медиаобразование. 2005. № 2. С.4-28.
- Чельшева И.В. Медиаобразовательное движение в России эпохи «перестройки» (1986-1991)//Медиаобразование.2005. № 4. С.4-22.
- Чельшева И.В. Эпоха эстетически ориентированного медиаобразования в России (1969-1985)//Медиаобразование. 2005. № 3. С.4-28.
- Чельшева И.В. Анализ и интерпретация медиатекста в отечественном медиаобразовании//Журналистика в 2005 году: трансформация моделей СМИ в постсоветском пространстве. М.: Изд-во МГУ, 2006. С.553-554.
- Чельшева И.В. В пространстве медиакультуры//Медиаобразование. 2005. № 3. С.102-103.
- Чельшева И.В. Генезис проблемы анализа медиатекста в российском кинообразовании: основные подходы и тенденции//Медиаобразование. 2006. N 2. С.4-15.
- Чельшева И.В. Генезис проблемы анализа медиатекста в российском медиаобразовании и развитие познавательных интересов студентов//Медиаобразование. 2007 N 2. С.99-110.
- Чельшева И.В. Генезис теоретических и терминологических подходов к российскому медиаобразованию//Вестник Таганрогского государственного педагогического института. 2006. N 2. С.147-151.
- Чельшева И.В. Из истории кружковой работы на материале киноискусства//Дополнительное образование. 2004. № 3. С.62-63.
- Чельшева И.В. Истоки и перспективы развития эстетически ориентированного медиаобразования в России//Досуг. Творчество. Медиакультура: духовно-экологические аспекты и технологии/Отв. ред. Н.Ф.Хилько. Омск: изд-во Сибир. филиала Российского института культурологии, 2005.С.5-8.
- Чельшева И.В. Кинообразование: взгляд из Воронежа//Медиаобразование.2005. № 2. С.108-109.
- Чельшева И.В. Медиаобразование в начальной школе//Медиаобразование.2005. № 2. С.107-108.
- Чельшева И.В. Медиаобразование для журналистов//Медиаобразование.2005. № 4. С.88-80.
- Чельшева И.В. Медиаобразование продолжается. Новый компакт-диск//Журналистика и медиарынок. 2006. №2-3.
- Чельшева И.В. Медиаобразование продолжается//Медиаобразование. 2006. N 1. С.97-102.
- Чельшева И.В. Медиаобразовательное движение в России на современном этапе (1992-2005)//Медиаобразование. 2005. № 5. С.4-32.
- Чельшева И.В. Медиатекст и его прочтение//Медиаобразование. 2006. N 1. С.102-104.

- Чельшева И.В. Медиаэкология на современном этапе//Медиаобразование. 2006. N 1. С.104-105.
- Чельшева И.В. Основные направления медиаобразовательных педагогических технологий в России//Образовательная среда сегодня и завтра. М., 2006.
- Чельшева И.В. Основные тенденции развития медиаобразования в постсоветском пространстве//Журналистика и медиаобразование в XXI веке/Отв. ред. А.П.Короченский. Белгород: Изд-во Белгород. гос. ун-та, 2006. С.208-214.
- Чельшева И.В. Проблема анализа медиатекста в формировании информационной культуры личности//Журналистика 2004: СМИ в многополярном мире. М.: Изд-во МГУ, 2005. С.270-271.
- Чельшева И.В. Проблема насилия в жизни общества и на экране//Медиаобразование. 2006. N 3. С.124-125
- Чельшева И.В. Проблемы и перспективы современного российского медиаобразования на материале мультимедийных технологий Образовательные технологии XXI века ОТ'07/Под ред. С.И.Гудиной, К.М.Тихомировой, Д.Т.Рудаковой. М., 2007. С. 165-167.
- Чельшева И.В. Телевидение и мультимедиа в системе медиаобразования в России//Искусство и образование. 2004. № 5. С.44-49.
- Чельшева И.В. Теория «диалога культур» как философско-методологическая основа медиаобразования//Медиаобразование. 2005. № 6. С.4-14.
- Черников В. СМИ: обучение человека и социума//Народное образование. 2002. № 1. С.175-183.
- Чудинова В.П. Новая роль публичных библиотек в медиаобразовании//Образование граждан мира. М., 2000. С.45-46.
- Шак Т.Ф. Дистанционное обучение как компонент дополнительного образования музыкантов//Духовное возрождение России: образование и культура Краснодар 2002.
- Шак Т.Ф. Информационные технологии в практике дополнительного образования музыкантов//Новые университеты: роль информационных технологий в становлении гуманитарного образования. Челябинск: Изд-во ЮУрГУ, 2003. С.144-157.
- Шак Т.Ф. Медиаграмотность как компонент профессиональной подготовки музыканта//Многоуровневая система художественного образования: проблемы интеграции и дифференциации. Краснодар, 2002. С. 70-74.
- Шак Т.Ф. Медиаобразование в практике подготовки музыкантов//Гуманитарное образование в современном вузе: традиции и новации, Краснодар, 2002. С.135-136.
- Шак Т.Ф. Медиаобразование для музыкантов//Высшее образование в России. 2004. № 8. С.46-48.
- Шак Т.Ф. Современное музыкальное образование в свете новых информационных технологий//Культура XX века и проблемы музыкальной педагогики. Вып. 2, Ростов: Изд-во Ростов. гос. пед ун-та, 2002. С. 4-21.
- Шак Т.Ф. Учебный курс «Музыка в структуре медиатекста»//Медиаобразование. 2005. № 5. С.38-42.
- Шариков А.В. 12 «зол» телевидения и задачи медиаобразования//Медиаобразование. 2005. № 6. С.39-48.
- Шариков А.В. Детских телепрограмм становится все меньше//Медиаобразование. 2005. № 1.С.90-92.
- Шариков А.В. Жак Гонне - исследователь школьной и лицейской прессы//Ж.Гонне. Школьные и лицейские газеты. Становление и развитие школьной и лицейской самодеятельной прессы во Франции. М.: Изд-во ЮНПРЕСС, 2000. С.3-10.
- Шариков А.В. Так что же такое медиаобразование?//Медиаобразование. 2005. № 2. С.75-81.
- Шариков А.В. Шаг навстречу: кино, наука, образование//Медиаобразование. 2006. N 1. С.10.
- Шестакова Л.А. Функциональная нагрузка медиапедагогики и формирование художественной медиакультуры современного школьника//Мир психологии. 2005. N 3. С.211-217.
- Шиян Л.К. Использование произведений теле- и видеоискусства в подготовке будущего учителя//Педагогика. 2001. № 4. С.66-70.
- Якушина Е.В. Новая информационная среда и интерактивное обучение//Лицейское и гимназическое образование. 2000. № 2. С. 22-25.
- Якушина Е.В. Дискуссия по проблемам интернет-образования и медиаобразования//Вопросы Интернет-образования. 2001. №1.

- Якушина Е.В. Интернет в аспекте медиаобразования//Проблемы перехода к 12-летней системе обучения. М.: ИОСО РАО, 2000. С.134-139.
- Якушина Е.В. Медиаобразование в сети Интернет//Информационные технологии в обучении. М, 2000.
- Якушина Е.В. Необходимость моделирования обучения подростков работе в Интернет//Российская школа и Интернет. СПб., 2001. С.86-87.
- Якушина Е.В. Обучение подростков работе с интернетом//Интернет-технологии в современном школьном образовании. М.: ИОСО РАО, 2001.
- Якушина Е.В. Подростки в Интернете: специфика информационного воздействия//Педагогика. 2001. № 4. С.45-62.
- Якушина Е.В. Учебная модель сети Интернет//Школьные перемены. Научные подходы к обновлению общего среднего образованию. М.: ИОСО РАО, 2001. С.164-169.
- Якушина Е.В. Характеристика образовательного пространства Интернет//Проблемы перехода к 12-летней системе обучения. М.: ИОСО РАО, 2000. С.139-141.
- Ястребцева Е.Н. Информационно-образовательная среда новой школы//Школьная библиотека. 2000. N 1. С.43-45.
- Ястребцева Е.Н. Российские и региональные информационные Интернет-ресурсы. Веб-сайты библиотек. Веб-сайты энциклопедий//Школьная библиотека. 2000. N 1. С.45-54.
- Ястребцева Е.Н., Быховский Я.С. Образовательный Интернет создается пользователями//Международное сотрудничество. 2000. N1.

Диалог: медиакомпетентность и сотворчество***Р.В.Сальный***

Рецензия на книгу: Фатеева И.А. Медиаобразование: теоретические основы и практика реализации. Челябинск: Изд-во Челябинск. гос. ун-та, 2007. 270 с.

Многие видят в медиа источник формирования ложных представлений об окружающей действительности. В основном такая постановка вопроса связана с отсутствием культуры взаимодействия с медиа. И это происходит, прежде всего, потому, что эта культура не формируется в учебных заведениях, за исключением проявлений локального характера. Одним из препятствий решению этой проблемы, по мнению автора книги, является отсутствие единой медиаобразовательной концепции.

Важной проблемой также является непрерывность медиаобразования. Аудитория постоянно контактирует с различными видами медиа, но у нее, как правило, нет медийных знаний и умений, что приводит к неадекватному восприятию смыслов медиатекстов, их суггестивному воздействию. Исправлением сложившейся ситуации, по мнению И.А. Фатеевой, может стать педагогическая работа с учащимися разных возрастных групп, стабильность которой будет обеспечиваться преемственностью этапов и системностью процесса. Базой для построения этого процесса, по мнению автора, является «медиадеятельность», в качестве концептуальной основы которой практическая теория медиа, а также принцип теории деятельности, развиваемой советскими психологами А.Н. Леонтьевым и Л.С. Рубинштейном.

Рассматривая культурологическую, эстетическую концепции медиа, И.А.Фатеева видит проблему, которая, якобы, вытекает из следования этих теорий образцам высокой культуры их сложному языку, и заключается в навязывании педагогом собственного мнения учащимся. По нашему мнению, автор заблуждается, когда отмечает как негативное явление возможность разобщенности между педагогом и его воспитанниками по поводу морально-этических проблем [с.26].

Дело в том, что такого рода теории связаны с утверждением реальности эстетического воздействия произведений искусства на личность, и возможностью использования его в воспитательных целях. И здесь основной путь художественного освоения действительности - диалоговое мышление, которое как раз и предполагает понимание, ощущение жизненных противоречий, воссоздаваемых в искусстве и не имеющих однозначного ответа. Ведь это противоречие и лежит в основе образов, создаваемых художником, и почувствовать его можно, только ассоциативно обобщив их. А принципы, способствующие развитию диалогового мышления, являются базовыми в культурологической и эстетической теориях медиа.

Также необходимо отметить, что большинство исследователей и педагогов, работающих в направлении данных теорий, отмечают необходимость опоры на потребности учащихся, учет их индивидуальных интересов.

Разница в понимании художественного воспитания и развития компетентности в области медиа в данной работе состоит в том, что, ценностное и эмоциональное воссоздание мира художника в произведении говорит о своеобразии переживания им противоречий жизни, а мотивы создания медиатекстов относятся к определенной сфере направленности автора, но не его индивидуальности. И поэтому противоречий между этими подходами нет. Целью эстетического воспитания нам видится возможность прийти к переживанию процесса создания художественных ценностей, а одной из целей медиаобразования - анализ способов воздействия медиа на аудиторию.

И.А.Фатеева отмечает, что «один из краеугольных камней медиаобразования – формирование адекватных ценностных ориентаций населения (...); оно является действенным инструментом как обучения, так и воспитания молодежи, выработки ее мировоззренческих и поведенческих установок» [с.20-21]. Такое определение как раз и соответствует пониманию развития критического мышления, но не развитию эстетического восприятия. Потому как «мировоззренческие и поведенческие установки» являются некоторой составляющей индивидуальности зрителя (слушателя, читателя) и элементом общественного сознания, но не сутью самой индивидуальности, которая наиболее полно раскрывается и осознается в эстетическом взаимодействии с высокохудожественными медиатекстами.

Отличие в «медиадеятельности» (как процесса формирования коммуникативных качеств учащихся) и развития у аудитории художественного восприятия медиатекстов, можно установить исходя из понимания И.А.Фатеевой базовых принципов медиаобразования. К основным принципам медиаобразования автор относит: доступность, массовость, общественно-государственный характер, разнообразность и адекватность по формам и содержанию, диалоговый характер, непрерывность. Доступность означает возможность на этапе среднего образования получения непрофессионального медиаобразования. Массовость определяется важностью развития медиакомпетентности как можно большей аудитории медиа. Общественно-государственный характер медиаобразования относится к поддержке властных структур. Разнообразность и адекватность по формам и содержанию означает учет возрастных особенностей, всего спектра видов медиа, а также специфики учебного плана того или иного учреждения. Диалоговый характер видится автору основным способом развития коммуникативных качеств учащихся, основываясь на их личном опыте, который проявляется в предметном освоении «медиадеятельности». Принцип непрерывности определяется охватом медиаобразования всего жизненного пути человека.

И.А.Фатеева отмечает принципиальный момент «уравнивания» авторской и воспринимающей составляющих, оправданный в силу признания того, что восприятие не является пассивным процессом [с.28]. Отсюда видно, что диалог понимается автором как принцип организации творческих заданий, нацеленных на установление собственного и авторского отношения к предмету деятельности. Но диалог также и способ мышления, основа которого - включение разнонаправленных элементов в единое целое. Это в первую очередь относится к творчеству и воображению, как возможности единения предметов на основе, как говорят психологи, «размывания границ их признаков», которое возможно как чувственное обобщение предметов. И здесь можно сделать такой вывод. Сотворчество и диалог, как понимание авторского мироощущения и на основе него обобщение образов - основная форма эстетического восприятия. Между тем, И.А. Фатеева понимает диалог как «избегание монологичности учителя» и определение реципиентом направленности автора. В этом видение диалога И.А. Фатеевой отличается от тех, кто склонен «возводить его к отдельным философским системам».

В заключении хотелось бы отметить, что использование «медиадеятельности», как основной формы непрерывного медиаобразования, ориентированное на формирование мировоззренческих установок, имеет свои положительные стороны, и, отвечая интересам аудитории разных возрастов, может помочь многим адекватно воспринимать и взаимодействовать с миром медиа. И в целом монография И.А.Фатеевой «Медиаобразование: теоретические основы и практика реализации», на наш взгляд, стала заметным вкладом в развитие медиапедагогической науки.

Книжная полка

Опыт Тверской школы кинообразования: кино в формировании творческого потенциала подрастающего поколения *

*И.В. Челышева,
кандидат педагогических наук, доцент*

Рецензия на книгу: Баранов О.А. Тверская школа кинообразования: к 50-летию. Таганрог: Центр развития личности, 2008. 214 с.

** Данная статья написана при поддержке гранта аналитической ведомственной целевой программы «Развитие научного потенциала высшей школы» (2006-2008) Министерства образования и науки РФ. Проект РНП.21.3.491. – «Развитие критического мышления и медиакомпетентности студентов педагогического вуза в рамках специализации «Медиаобразование». Научный руководитель проекта – доктор педагогических наук, профессор А.В. Федоров.*

«Общение с искусством – и познавательное, и собственно творческое – должно стать потребностью. Напряженная духовная жизнь, ставшая нормой, непрерывным условием человеческого существования, пожалуй, одна из высших задач эстетического воспитания». О.А. Баранов [с. 136]

Изучение, анализ и обобщение педагогического опыта - неотъемлемое условие развития педагогической мысли, позволяющее находить новые пути развития, перспективные направления, формы и методы работы, разрабатывать новые технологические приемы. В связи с этим издания, включающие описание деятельности научных медиаобразовательных школ представляют особую ценность для исследователей в области медиапедагогике, для педагогов, реализующих на практике медиаобразовательные программы для студентов и школьников различных возрастных групп. В разные годы читатели уже имели возможность познакомиться с опытом работы известных отечественных медиапедагогов – О.А.Баранова («Киноклуб в Калининне», 1967 и др.), С.Н.Пензина («Кино и эстетическое воспитание: методологические проблемы», 1987 и др.), Ю.М. Рабиновича («Кино, литература и вся моя жизнь», 1991), А.В.Федорова («Трудно быть молодым: кино и школа», 1989; «Медиаобразование: история, теория и методика», 2001 и др.), Г.А. Поличко («Киноязык, объясненный студенту», 2006) и др.

2008 год ознаменовался выходом монографии, обобщающей полувековой опыт тверской школы кинообразования «Тверская школа кинообразования: к 50-летию». Ее автор – один из пионеров и признанных лидеров отечественного кинообразовательного движения, профессор Олег Александрович Баранов, перу которого принадлежит целый ряд монографий и учебных пособий, посвященных медиаобразовательной тематике.

В новой монографии автором рассматриваются вопросы исторического развития школьного кинообразовательного движения в Твери, представлены уникальные материалы (в том числе и фотохроника), позволяющие читателю стать свидетелем развития школьного кинообразования, начавшегося с кружка киномехаников в Калининской школе-интернате № 1 в 1957 году.

Нужно сказать, что в те годы организация кино/фотостудий отнюдь не была редкостью. Во многих российских школах и Дворцах Пионеров ребята, увлеченные фото/килотехникой, посещали такого рода кружки, деятельность которых, как правило, ограничивалась изучением киноаппаратуры и технических возможностей фото/киносъемки. Словом, «освоив аппарат и методику демонстрации фильма, ребята останавливались в своем развитии, больше взять от кружка было нечего» [с.43]. Но О.А.Баранов вместе со своими воспитанниками решил организовать на базе кружка школьный кинотеатр «Интернат» - с настоящими билетами, администрацией, состоящей из активистов кружка, где царила атмосфера веселой игры, соревнования и ответственности» [с.45].

Создатели школьного кинотеатра не ограничились демонстрацией фильмов и телепередач, но и ввели в свою деятельность важнейший элемент, который, как правило, не включался в работу традиционных школьных кинотеатров – обсуждение фильмов, позволявший школьника узнавать о «богатстве и своеобразии изобразительных возможностей кинематографа. Это помогало учащимся правильно понять основную мысль картины, отдельные образы, стиль режиссера и оператора..., оттенки чувств и мыслей, вызванных просмотром фильма, вырабатывать художественно-образное мышление» [с.46].

Еще одна форма работы, которая появилась в этом школьном кинотеатре благодаря творческому подходу его руководителя и юных кинолюбителей, – переписка с известными мастерами киноискусства, которыми и был определен «костяк системы кинообразования в Твери» [с.48]. Среди адресатов ребят из Калинина были такие известные имена, как А.Гинзбург, В.Черняк, Ф.Эрмлер и др. Известные режиссеры, актеры, операторы не только отвечали на письма школьников, но и посылали в адрес кинотеатра киноаппаратуру, книги с дарственными надписями, что позволило впоследствии открыть собственную кинобиблиотеку, что по тем временам было практически беспрецедентным случаем в кинопедагогической практике.

Переписка с известными деятелями кино, создание уникального библиотечного фонда, наличие современной для тех лет киноаппаратуры позволило значительно обогатить знания школьников о кино, способствовало расширению кругозора, развитию художественного вкуса и киновосприятия.

Съемка собственных любительских фильмов, создание музея А.П. Довженко, имя которого было присвоено кинотеатру в 1969 году, встречи с деятелями киноискусства, поездки на киностудии, просмотры интересных художественных и документальных кинолент, фестивали, конференции, вечера, Довженковские чтения – вот далеко неполный перечень направлений работы калининского школьного кинотеатра, а позже – киноклуба имени А.Довженко, опыт которого вызывает неугасающий интерес у многих современных исследователей в области медиаобразования.

Конечно, в работе киноклуба не обошлось без трудностей – финансовых, организационных и т.п., которые уже традиционно сопровождают всю систему отечественного медиаобразования, да и образования в целом. Но преодоление трудностей – дело, как известно, коллективное и бороться с ними лучше сообща. Поэтому и руководитель коллектива, и его воспитанники старались приложить все возможные усилия, чтобы справиться с ними.

Конечно, практическая работа с произведениями медиакультуры невозможна без методической и теоретической базы. Признавая, что «система внеклассной работы по использованию фильма от предварительного знакомства с киноискусством в младших классах до серьезного и глубокого изучения его в юношеской группе не предполагает точных рекомендаций, четких методических разработок», так как репертуар произведений киноискусства постоянно обновляется, изменяются культурные запросы, культурный уровень школьной аудитории, автор обращает внимание читателя на необходимость учета возрастных особенностей подрастающего поколения [с.121-122].

На основе многолетнего опыта кинообразовательной работы О.А.Баранов предлагает разработку базовой основы работы с кинопроизведениями, предназначенную для разных возрастов, включающей определение задач, ведущих форм, методов работы с фильмом, методические рекомендации, основанной на преемственности работы с разными возрастными группами школьников. Например, работа с учащимися младших классов решает задачу формирования эмоционального отношения к кинопроизведению, понимания многообразных возможностей экрана запечатлеть не только события и поступки, но и мысли человека. Для данной возрастной аудитории ведущими формами работы становятся беседы педагога о языке искусстве экрана, а основным методом – коллективное обсуждение просмотренных фильмов – сказок, мультипликационных, комедийных фильмов, киноматериалов о животных и т.д. Чрезвычайно важным на данном этапе кинообразовательной деятельности представляется учет эстетических запросов детей, понимание специфики их культурных и художественных запросов.

Кинообразование подростков, предполагающее кино/видеокружковые и студийные формы работы, направлено на рассмотрение нравственного, воспитательного аспекта экранных медиатекстов, развитие эмоционального восприятия на основе первых попыток серьезного художественного анализа. Соответственно, и кинорепертуар для данной возрастной группы существенно

расширяется: детективы, приключения, фильмы из общего репертуара, позволяют подросткам приобщиться к миру взрослого кино. Основной формой работы на данном этапе становится игровая деятельность, которой О.А.Баранов уделяет особое внимание на протяжении многих лет практической кинообразовательной работы. Известно, что игра позволяет активизировать творческий потенциал ребенка, способствует его дальнейшему развитию, свободному самовыражению, значительно расширяет рамки занятия с учащимися, нацеленные не на запрещение, а на ознакомление с «собственными идеями» педагога и учеников [с.122].

Работа с юношеской группой, организованная в рамках киноклуба, включает кинофакультативные занятия и любительскую кино/видеосъемку. Основной задачей здесь выступает формирование «осознанной оценки киновидеоматериала, избирательности по отношению к репертуару» [с.122]. Эта работа включает дискуссионные формы, самостоятельную творческую деятельность учащихся.

Очень ценным для педагогов-практиков, занимающихся медиаобразованием школьников, представляется разработанный автором алгоритм работы классного руководителя с фильмом, Деятельность педагога начинается с определения киноориентаций учащихся конкретной возрастной группы (анализ текущего кинематографического репертуара, телевизионных программ, анонсирование фильмов в ученической аудитории, создание корреспондентского актива). На следующем этапе осуществляется подготовка к коллективному просмотру медиапроизведения. После просмотра кино/видеофильма и первичного обмена мнениями начинается серьезная работа с медиатекстом, включающая его обсуждение, написание рецензий, проведение дискуссий, конференций и т.п. На этом работа с кинопроизведениями не заканчивается: фрагменты фильмов и телевизионных программ активно используются классным руководителем в дальнейшей воспитательной работе при подготовке и проведении этических бесед, родительских собраний и других мероприятий. Основным методом работы здесь становится организация деловых игр.

Уникальный опыт тверской школы кинообразования, накопленный на протяжении многих десятилетий, позволил определить общую систему киновоспитания и кинообразования в современной школе, где «за 10 лет экспериментальной работы была создана модель общеобразовательной школы, лично ориентированного образовательного процесса эстетической направленности» [с.164]. Данная модель включает привлечение к кинообразовательной деятельности самих учеников, их родителей, классного руководителя, всего педагогического коллектива школы.

Кроме проблем развития школьного кинообразования, в монографии рассматриваются вопросы вузовской подготовки будущих педагогов к профессиональной деятельности с использованием воспитательного потенциала произведений экранной медиаккультуры. О.А.Баранов отмечает: «широкое использование медиатекстов (произведений художественной

кинематографии, передач ТВ, видеозаписей) непосредственного педагогического процесса при оптимальном сочетании с традиционными методами обучения и внеаудиторной работой позволяет повысить эффективность процесса обучения, развивать познавательную активность и самостоятельность студентов, прививать интерес к будущей профессии, углублять их эстетическую культуру» [с.172]. При этом использование кино/видеоматериалов позволяет не только ознакомить будущих учителей с системой методов педагогики, сущностью процесса обучения, но и способствует методической подготовке студентов к практической деятельности.

Деятельность тверской школы кинообразования, осуществляемая на протяжении многих десятилетий еще раз доказывает, что отечественная медиапедагогика самобытна, ее история уникальна, а накопленный опыт бесценен. Использование и дальнейшая разработка наиболее перспективных направлений работы позволит педагогам, исследователям наметить новые перспективы и горизонты развития как школьного, так и вузовского медиаобразования.