Информационная грамотность—это набор умений и навыков, позволяющий запрашивать, искать, отбирать, оценивать и перерабатывать нужную информацию, создавать и обмениваться новой информацией.

**ИНФОРМАЦИОННАЯ ГРАМОТНОСТЬ** – это умение формулировать информационную потребность, запрашивать, искать, отбирать, оценивать и перерабатывать информацию, в каком бы виде она ни была.

<http://www.mediagram.ru/dictionary/>

Анализ научной литературы показывает, что за последние десятилетия сложилась определенная система основных терминов, которыми оперируют специалисты в области информационной грамотности и медиаобразования. Вместе с тем, как и в педагогической науке в целом, здесь не существует единой, принятой во всех странах мира терминологии.

Как правило, не только национальные научные школы, но и отдельные ученые разных стран предлагают свои варианты формулировок таких ключевых понятий, как «информационная грамотность», «информационная культура», «информационная компетентность», «информационная компетенция», «медиаобразование», «медиакультура», «медиаграмотность», «медиакомпетентность», «медиапедагогика» и т.д.

Что касается понятий «информационная грамотность» и «медиаграмотность», то они ведут свое начало от терминов «грамотность» и «визуальная грамотность», которые использовались в прошлые десятилетия. В научной литературе встречаются также такие термины, как «технологическая грамотность», «компьютерная грамотность», «информационная культура» и т.д.

Впрочем, многие ученые, преподаватели считают, что медиаграмотность – это часть более широкого и емкого понятия – информационная грамотность. Эта тенденция находит сегодня все больше сторонников, хотя и здесь есть многие терминологические разночтения.

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

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

К примеру, британский медиапедагог К.Базэлгэт убеждена, что суть медиаобразования в изучении шести так называемых ключевых понятий: «медийное агентство – источник медийной информации» (media agency), «категория медиа» (media category), «технология медиа» (media technology), «медиаязык» (media language), «аудитория медиа» (media audience), «медийная репрезентация/переосмысление» (media representation).

Впрочем, несмотря на эти разночтения, можно смело утверждать, что самое сильное влияние на формирование западной терминологии, теории и методики медиаобразования, оказал британский ученый Л.Мастерман, считающий, что цель медиаобразования заключается не только в воспитании критического мышления, но и «критической автономии».

С ним полностью согласна американка П.Офдерхейд, полагающая, что медиаграмотность направлена на развитие в человеке «критической автономии относительно медиа. Главное в медиаграмотности широкий спектр информирования в гражданской, социальной, потребительской областях, в отношении эстетического восприятия и творчества».

Похожую трактовку медиаобразованию дает и другой американский педагог и исследователь – Р.Кьюби. Он видит его цель в том, чтобы «дать учащимся понимание того, как и почему медиа отражает общество и людей», но в еще большей степени, чтобы «развивать аналитические способности и критическое мышление по отношению к медиа», плюс изучение языка средств массовой коммуникации.

Терминология российского и зарубежного медиаобразования (на основе работ О.А.Баранова, И.В.Вайсфельда, Л.С.Зазнобиной, И.С.Левшиной, О.Ф.Нечай, С.Н.Пензина, Г.А.Поличко, А.В.Спичкина, А.В.Федорова, Ю.Н.Усова, А.В.Шарикова О.А.Баранов, К.Бэзэлгэт, К.Ворснопа, Л.Мастермана, К.Тайнер, Э.Харта и других медиапедагогов) была впервые обобщена на страницах журнала «Искусство и образование» [Федоров А.В. Терминология медиаобразования//Искусство и образование. 2000. № 2. С.33-38].

* **Автономия критическая (critical autonomy)** – сформированная на базе критического мышления независимость суждений и анализа медиатекстов.
* **Агентство медийное (media agency)** – организация, занимающееся производством, распространением и продажей медиатекстов (газет, журналов, фильмов, теле/радиопередач, интернет-сайтов, рекламы и т.д.), сбором, обработкой информации.
* **Адресат медиа (addressee for media)** – предполагаемая (целевая) аудитория, на которую рассчитан тот или иной медиатекст.
* **Адресат медиаобразования (addressee of media education)** – школьник, студент, учитель, преподаватель, работник медиасферы (медиатеки, учебного телевидения и т.д.).
* **Алгоритм развития аудиовизуального восприятия (algorithm of the audiovisual perception development)** – последовательный перечень перцептивных действий, неоднократное выполнение которых в системе тренировочных упражнений позволяет овладеть навыками восприятия экранного повествования: выявление единиц экранного повествования; их образное обобщение в результате эмоционально-смыслового соотнесения; выстраивание в своем сознании художественного пространства, открывающего атмосферу эмоциональных, ассоциативных, семантических связей; соотнесение образных обобщений для постижения внутреннего содержания повествования, авторской концепции и своего отношения к ней (Ю.Н.Усов, 1995).
* **Анализ cюжетный/повествовательный (narrative analysis of media and media text)** – анализ сюжетов, фабул медиатекстов. Сюжетный анализ тесно связан со структурным, мифологическим, семиотическим и другими видами анализа медиа и медиатекстов (Barthes, 1964; 1965; Berelson, 1984; Gripsrud, 1999; Eco, 1976; Masterman, 1984; Пропп, 1998 и др.).
* **Анализ автобиографический (личностный) (autobiographical analysis of media text)** – сопоставление своего жизненного опыта (событий личной жизни, проявлений своего характера в различных ситуациях) с жизненным опытом персонажей и авторов медиатекстов. Данный аналитический подход опирается на ассоциативную память человека (эффект «вспышек памяти») и помогает аудитории критически понять влияние медиакультуры на развитие личности человека, способствует развитию медиакомпетентности. Учитывая, что восполнение человеком недостающих ему в реальной жизни чувств и переживаний абсолютно закономерно, автобиографический анализ на медиаобразовательных занятиях связан также с терапевтическим эффектом и феноменом компенсации (А.В.Федоров, 2007).
* [**Анализ герменевтический культурного медийного контекста (hermeneutic analysis of cultural media context)**](http://www.mediagram.ru/dictionary/text_88.html) – исследование процесса интерпретации медиатекста, культурных, исторических факторов, влияющих на точку зрения агентства/автора медиатекста и на точку зрения аудитории. Герменевтический анализ предполагает постижение медиатекста через сопоставление с культурной традицией и действительностью; проникновение в логику медиатекста; анализ медиатекста через сопоставление художественных образов в историко-культурном контексте. Таким образом, предметом анализа является система медиа и ее функционирование в обществе, взаимодействие с человеком, язык медиа и его использование. В качестве целей медиаобразования в данном случае выделяются: формирование культуры взаимодействия с медиа, развитие восприятия различных видов информации, умений анализа и интерпретации ...
* **Анализ идентификационный (identification analysis of media and media text)** – распознание/идентификация скрытых сообщений в медиатекстах, т.к. медийные агентства часто предлагают упрощенные решения сложных проблем (А.В.Федоров, 2007).
* **Анализ идеологический (ideological analysis of media and media text)** – анализ идеологических аспектов медийной сферы. Теоретической базой тут является идеологическая теория медиа. Предполагается, что медиа способны целенаправленно воздействовать на общественное мнение, в том числе в интересах того или иного социального класса, расы или нации. Педагогическая стратегия медиаобразования сводится к изучению политических, социальных, национальных и экономических аспектов медиа, к анализу многочисленных противоречий, которые содержат эти аспекты с точки зрения того или иного класса, расы, религии или нации (Piette & Giroux, 1998).
* **Анализ иконографический (iconographic analysis of media text)** – ассоциативный анализ изображения в медиатексте (например, вода, огонь – как символы чистоты и разрушения), связанный с семиотическим анализом.
* **Анализ информации (analysis of information/message)** – изучение, трактовка информации того или иного вида. Принято различать следующие виды анализа информации: контент-анализ, структурный, сюжетный, автобиографический, иконографический, семиотический, идентификационный, идеологический, философский, эстетический, этический, мотивационный, культивационный, герменевтический анализ, анализ стереотипов, персонажей и др. (А.В.Федоров, 2008).
* **Анализ культивационный (cultivation analysis of media and media text)** – анализ содержания медиа и медиатекстов с опорой на исследование социокультурного контекста и исследования масс-медиа (G.Gerbner). Согласно культивационной теории медиа, аудитория выбирает медиатексты с точки зрения своих взглядов, предпочтений. Отсюда культивационный анализ можно представить как a) технологию приемов создания условий для того, чтобы аудитории было легче обозначить (сознательно или бессознательно) свои мнения, ожидания и ценности; b) исследование «глубоких интервью» о демографических и психологических мотивах выбора конкретного респондента; c) исследование периодических опросов медийной аудитории.
* **Анализ культурной мифологии медиатекста (сultural mythology analysis of media texts)** – выявление и анализ мифологизации (в том числе в рамках так называемых фольклорных источников – сказок, «городских легенд» и т.д.) стереотипов фабул, тем, персонажей и т.д. в конкретном медиатексте (А.В.Федоров, 2007).
* **Анализ медиатекста (media text’s analysis)** – изучение, трактовка медиатекста того или иного вида и жанра. Принято различать следующие виды анализа медиатекстов: контент-анализ, структурный, сюжетный, автобиографический, иконографический, семиотический, идентификационный, идеологический, философский, эстетический, этический, мотивационный, культивационный, герменевтический анализ, анализ медийных стереотипов, персонажей медиатекстов и др. (А.В.Федоров, 2008).
* **Анализ персонажей медиатекста (media text’s сharacter analysis)** – анализ характеров, мотивов поведения, идейных ориентаций, поступков/действий персонажей медийных текстов разных видов и жанров.
* **Анализ семиотический (semiological analysis of media text)** – анализ языка знаков и символов в медиатекстах; данный анализ тесно связан с иконографическим анализом. Семиотический анализ медиатекста в учебных целях опирается на семиотическую теорию медиаобразования (semiotic approach, le decodage des medias), обоснованную в трудах таких теоретиков медиа семитического (структуралистского) направления, как Р.Барт (R.Barthes, 1964), К.Метц (C.Metz, 1964), У.Эко (U.Eco, 1976) и др.
* **Анализ стереотипов медиатекстов (media stereotypes analysis)** – выявление и анализ стереотипного изображения людей, идей, событий, сюжетов, тем и т.д. в медиатекстах.
* **Анализ структурный (structural analysis of media and media text)** – анализ систем, отношений, форм медиакультуры, структуры медиатекстов. Многие исследования по структурному анализу медиатекстов опираются на работы В.Я.Проппа (В.Пропп, 1976; 1998), Р.Барта (R.Barthes, 1964, 1965), У.Эко (U.Eco, 1976) и др. ученых, связанных с проблемами семиотики, мифологии и фольклора.
* **Анализ философский (philosophical analysis of media and media text)** – анализ философских аспектов медийной сферы и медиатекстов.
* [**Анализ эстетический (aesthetical аnalysis of media text)**](http://www.mediagram.ru/dictionary/text_102.html) – анализ художественной концепции произведений медиакультуры разных видов и жанров, тесно связан с эстетической (художественной) теорией медиаобразования (aesthetical approach, media as popular arts approach, discriminatory approach) (Halls & Whannel, 1964; Баранов, 2002; Пензин, 1987, 2001; Усов, 1989 и др.). Теоретическая база здесь во многом совпадает с культурологической теорией медиаобразования. Однако главная цель медиаобразования видится в том, чтобы помочь аудитории понять основные законы и язык ...
* **Анализ этический (ethical analysis of media and media text)** – анализ моральных аспектов в сфере медиа и в медиатекстах. Данный вид анализа опирается на так называемую этическую теорию медиа. Предполагается, что медиа способны формировать определенные этические/моральные принципы аудитории (особенно это касается несовершеннолетних). Из этого вытекает главная цель этического медиаобразования: приобщить аудиторию к той или иной этической модели поведения (отвечающей, к примеру, конкретной религии, уровню развития цивилизации, демократии и т.д.). Педагогическая стратегия базируется на изучении этических аспектов медиа и этического анализа медиатекстов (Пензин, 1987).
* **Аннотация (annotation, abstract)** – краткое изложение информации, содержания медиатекста любого вида и жанра.
* **Аппликация (application)** – медиатекст, созданный путем наклеивания/наложения на какую-либо поверхность разнородных фрагментов (бумаги, ткани и пр.).
* **Артефакт медийный (media artifact)** – медийный художественный объект или медийный дефект.
* **Ассоциация** – (connotation) – процесс, при котором возникает смысловая связь между образами и представлениями медиатекста.
* **Аудио (audio)** – электронная аппаратура, специальные пленки, кассеты и диски, позволяющие записывать и прослушивать аудиотексты в разных форматах.
* **Аудиовосприятие (audio perception)** – способность человека к выявлению в медиатексте смысловых, образных взаимосвязей между единицами звукового ряда; ощущение атмосферы чувств, значений, ассоциаций; определение своего отношения к системе взглядов авторов медиатекста (Ю.Н.Усов, 1995).
* **Аудиотекст (audio text)** – сообщение (радиопередача, звукозапись и пр.), изложенное в любом виде и жанре, и предназначенное для слухового восприятия аудиторией.
* **Аудитория информационная (audience for information)** – дифференцированные по различным признакам (возрастным, социальным, образовательным, расовым, гендерным, национальным и др.) группы людей, контактирующих с информацией.
* **Аудитория медийная (media audience)** – дифференцированные по различным признакам (возрастным, социальным, образовательным, расовым, гендерным, национальным и др.) группы людей, контактирующих с медиатекстами.
* **Аудитория целевая (target audience)** – определенная группа людей, контактирующих с медиатекстами, выделенная медийным агентством по каким-либо признакам (возрастным, социальным, образовательным, расовым, гендерным, национальным и др.) с целью максимального воздействия (например, рекламного).
* **База данных (data base)** – систематизированная форма организации и представления разного рода информации (например, в компьютерной сети).
* **Банк данных (data bank)** – совокупность баз данных.
* **Безопасность информационная (information safety, information protection)** – способность государства, общества, социальной группы, личности обеспечить с требуемой вероятностью достаточные и защищенные информационные ресурсы и потоки для поддержания жизнедеятельности, устойчивого функционирования и развития соответствующего структурного образования. Обеспечение информационной безопасности предполагает противостояние негативному воздействию на индивидуальное и общественное сознание и психику людей, а также на компьютерные сети и другие источники информации (Ф.И.Шарков, 2003). Аналоги, близкие понятия: интернет-безопасность (internet safety), медийная безопасность (media safety, media protection), информационная защита.
* **Безопасность компьютерная (computer safety)** – комплекс программных и организационных средств для противодействия вредоносным воздействиям (компьютерным вирусам и пр.). Аналоги, близкие понятия: интернет-безопасность (internet safety), медийная безопасность (media safety, media protection).
* **Безопасность медийная (media safety, media protection) -** – способность государства, общества, социальной группы, личности обеспечить достаточные и защищенные медийные ресурсы и потоки для поддержания жизнедеятельности, устойчивого функционирования и развития соответствующего структурного образования. Обеспечение медийной безопасности предполагает противостояние негативному воздействию на индивидуальное и общественное сознание и психику людей, а также на источники информации (адаптировано по: Ф.И.Шарков, 2003). Аналоги, близкие понятия: интернет-безопасность (internet safety), информационная безопасность (information safety, information protection), информационная защита.
* **Библиотека (library)** – частная или публичная коллекция, фонд печатных текстов (в том числе - и в электронном виде, в интернет). Близкие понятия: медиатека, фонотека, фототека, видеотека.
* **Блокбастер (block-buster) –** – высокобюджетный медиатекст, ориентированный на большой успех у аудитории и весомую финансовую прибыль.
* **Боевик (action) –** – фильм действия (action), ориентированный на большой успех у аудитории и весомую финансовую прибыль.
* **Видео (video)** – электронная аппаратура (видеокамера, видеомагнитофон, проектор, монитор и др.), специальные пленки, кассеты и диски, позволяющие записывать и демонстрировать аудиовизуальные медиатексты в разных форматах.
* **Видео-арт (video art) –** – искусство создания медиатекстов при помощи видеотехники.
* **Видеоклип (video clip, music video)** – короткий аудиовизуальный медиатекст (рекламный, музыкальный и т.д.).
* **Видеопиратство (video piracy)** – контрафактное/незаконное тиражирование и демонстрация аудиовизуальных медиатекстов. Близкое понятие: медиапиратство (media piracy).
* **Видеотворчество (video creation)** – процесс созидательной деятельности в сфере видеосъемки и его предметные результаты; взаимосвязанные процессы проективной деятельности и видеосъемки (Н.Ф.Хилько, 2000). Близкие понятия: медиатворчество (media creation), аудиовизуальное творчество (audiovisual creation).
* **Видеотека (videotheque, video library) –** – частная или публичная коллекция, видеофонд аудиовизуальных текстов. Близкие понятия: медиатека, библиотека, фонотека, фототека.
* **Видеотекст (video text)** – аудиовизуальное сообщение, изложенное в любом виде и жанре. Близкие понятия: аудиовизуальный текст (audiovisual text, message), медиатекст (media text, media message).
* **Видеоэкология (video ecology)** – раздел духовной экологии, в котором рассматриваются основные принципы видеорепертуара, культуры видеовосприятия; создание своеобразного иммунитета против низкокачественных видеотекстов, приобщение к аудиовизуальной культуре, овладение духовно-нравственными и эстетическими критериями оценки видеообразов (Н.Ф.Хилько, 2000).
* **Вирус компьютерный (computer virus)** – специальная компьютерная «хакерская» программа, предназначенная для нанесения вреда нормальной работе компьютерных сетей и персональных компьютеров.
* **Воздействие информационное (information effect)** – различного рода (психологическое, этическое, эстетическое, терапевтическое и др.) влияние информации на аудиторию.
* **Воздействие медийное (media effect)** – различного рода (психологическое, этическое, эстетическое, терапевтическое и др.) влияние медиа и медиатекстов на аудиторию.
* **Воспитание аудиовизуальное (audiovisual education)** – составная часть художественного, культурологического воспитания, состоящая в совместной деятельности воспитателя и воспитанника и направленная на усвоение аудиовизуальной культуры, изучение закономерностей происхождения, развития и функционирования аудиовизуальной культуры; система приобщения к духовным, эстетическим, нравственным, ментальным общечеловеческим ценностям в процессе восприятия, анализа аудиовизуальных текстов и аудиовизуальной деятельности (Н.Ф.Хилько, 2000). Термин аудиовизуальное воспитание близок к терминам аудиовизуальная грамотность, визуальная грамотность, медиаграмотность, кинограмотность, киновоспитание, кинообразование, медиаобразование, медиакомпетентность, медиакомпетенция.
* **Воспитание медийное (media education) –** – составная часть художественного, культурологического воспитания, состоящая в совместной деятельности воспитателя и воспитанника и направленная на усвоение медийной культуры, изучение закономерностей происхождения, развития и функционирования медиакультуры; система приобщения к духовным, эстетическим, нравственным, ментальным общечеловеческим ценностям в процессе восприятия и анализа медиатекстов и медийной деятельности (Н.Ф.Хилько, 2000). Термин медийное воспитание близок к терминам аудиовизуальное воспитание, аудиовизуальная грамотность, визуальная грамотность, медиаграмотность, кинограмотность, киновоспитание, кинообразование, медиаобразование, медиакомпетентность, медиакомпетенция.
* **Восприятие аудиовизуальное (audiovisual perception)** – способность человека к выявлению в медиатексте смысловых, образных взаимосвязей между единицами аудиовизуального повествования (событиями, сценами, эпизодами, кадрами, элементами внутрикадровой композиции); установления в них закономерностей, конфликтов, кульминаций; ощущение атмосферы чувств, значений, ассоциаций; определение своего отношения к системе взглядов авторов аудиовизуального медиатекста (Ю.Н.Усов, 1995).
* **Восприятие визуальное (visual perception)** – способность человека к выявлению в медиатексте смысловых, образных взаимосвязей между единицами визуального повествования; установления в них закономерностей, конфликтов; ощущение атмосферы чувств, значений, ассоциаций; определение своего отношения к системе взглядов авторов визуального медиатекста (Ю.Н.Усов, 1995).
* **Восприятие зрительное (visual perception) –** – способность человека к выявлению в медиатексте смысловых, образных взаимосвязей между единицами визуального повествования; установления в них закономерностей, конфликтов; ощущение атмосферы чувств, значений, ассоциаций; определение своего отношения к системе взглядов авторов визуального медиатекста (Ю.Н.Усов, 1995). Близкое понятие: визуальное восприятие.
* **Восприятие информации (perception of information)** – способность человека к выявлению в информации смысловых, образных взаимосвязей, установления в них закономерностей, конфликтов, кульминаций; ощущение атмосферы чувств, значений, ассоциаций; определение своего отношения к информации.
* **Восприятие медийное (media perception)** – способность человека к выявлению в медиатексте смысловых, образных взаимосвязей между единицами повествования (событиями, сценами, эпизодами, кадрами, элементами внутрикадровой композиции); установления в них (художественных) закономерностей, конфликтов, кульминаций; ощущение атмосферы чувств, значений, ассоциаций; определение своего отношения к системе взглядов авторов медиатекста (Ю.Н.Усов, 1995).
* **Восприятие слуховое (audio perception)** – способность человека к выявлению смысловых, образных взаимосвязей между единицами звуковой информации; установления в них закономерностей, конфликтов; ощущение атмосферы чувств, значений, ассоциаций; определение своего отношения к звуковой информации.
* **Гиперссылка (hyper link)** – элемент электронного документа, используемый для быстрого перехода к другому документу, либо его части.
* **Гипертекст (hyper text)** – специальная организация компьютерных, интернетных медиатекстов, позволяющая при нажатии курсора на определенные слова или аудиовизуальные объекты мгновенно переходить на присоединенные к ним ссылки и родственные тексты или объекты.
* **Грамотность компьютерная (computer literacy)** – способность использовать компьютерную технику, знание основ информатики, информационных технологий. Близкие понятия: информационная грамотность (information literacy), медиакомпетентность (media competence), медиакопетенция, медийная компетентность, медийная компетенция, медиаграмотность (media literacy).
* **Грамотность аудиовизуальная (audiovisual literacy)** – умение анализировать и синтезировать пространственно-временную аудиовизуальную реальность, умение «читать» аудиовизуальный медиатекст, способность использовать аудиовизуальную технику, знание основ аудиовизуальной культуры, то есть результат аудиовизуального образования. Близкие понятия: информационная грамотность (information literacy), медиаграмотность (media literacy), медийная грамотность, медиакомпетентность (media competence), медиакопетенция, медийная компетентность, медийная компетенция.
* **Грамотность библиотечно-библиографическая (library literacy)** – комплекс знаний, умений и навы¬ков читателя, обеспечивающих эффективное использование справочно-библиографического аппа¬рата и фонда библиотеки. Включает знания о структуре библиотечного фонда, составе библиотечных каталогов, картотек и библиографических пособий, правилах пользования библиотеками; умения найти в библиографических пособиях, каталогах и картотеках необходимые источники информации и оформить читательское требование на них (Н.И.Гендина, 2002).
* **Грамотность визуальная (visual literacy) -** – умение анализировать и синтезировать зрительную реальность, умение «читать» визуальный медиатекст, знание основ визуальной культуры, то есть результат визуального образования. Близкие понятия: медиаграмотность (media literacy), медийная грамотность, медиакомпетентность (media competence), медиакопетенция, медийная компетентность, медийная компетенция, аудиовизуальная грамотность.
* **Грамотность информационная (information literacy)** – умение «читать», анализировать и синтезировать информацию, - способность использовать компьютерную и медиатехнику, знание основ информатики, информационных технологий. Близкие понятия: медиакомпетентность (media competence), медиакопетенция, медийная компетентность, медийная компетенция, медиаграмотность (media literacy), аудиовизуальная грамотность (audiovisual literacy).
* **Грамотность медийная (media literacy)** – умение анализировать и синтезировать медийную реальность, умение «читать» медиатекст, способность использовать медийную технику, знание основ медиакультуры, то есть результат медиаобразования. Аналоги – медиакомпетентность (media competence), медиакопетенция, медийная компетентность, медийная компетенция, аудиовизуальная грамотность (audiovisual literacy).
* **Грамотность/компетентность личности информационная (infromation literacy, information competence of personality)** – совокупность ее мотивов, знаний, умений, способностей (показатели: мотивационный, контактный, содержательный, перцептивный, интерпретационный/оценочный, практико-операционный/деятельностный, креативный), способствующих выбору, использованию, созданию, критическому анализу, оценке и передаче информационных сообщений, текстов в различных видах, формах и жанрах, анализу сложных процессов функционирования информационных потоков, медиа в социуме» [А.В.Федоров, 2007]
* **Дайджест (digest) –** – сокращенный, адаптированный вариант медиатекста(ов).
* **Дезинформация медийная (media disinformation, misinformation)** – медиатекст, содержащий заведомо ложную информацию.
* **Декодирование (decoding)** – расшифровка/дешифровка, трактовка информации, содержания медиатекста аудиторией.
* **Диагностика педагогическая в информационной, аудиовизуальной и медиасфере (pedagogical diagnostics in the information, audiovisual and media area)** – способы выявления уровней информационной грамотности (information literacy), аудиовизуальной грамотности (audiovisual literacy), медиаграмотности (media literacy), медиакомпетентности (media competence) с применением анкетирования, тестирования, творческих заданий и т.д.
* **Дидактика медиапедагогическая (media didactics)** – теория медийного обучения, включающая цели, содержание, организационные формы, способы и средства, помогающие развитию медиаграмотности/ медиакомпетентности. Близкие понятия: медиаобразование, медиаграмотность.
* **Единицы, смысловые части медиатекста (parts of media text’s meaning)** – события, сцены, эпизоды, кадры, элементы композиции, создающие единый медиатекст.
* **Жанр** – (genre) – группа медиатекстов, выделенных на основе сходных черт их внутреннего строения (трагедия, комедия, драма, мелодрама, интервью, репортаж и т.д.).
* **Задачи медиаобразования** – (tasks of media education) – обучить грамотно «читать» медиатекст; развить способности к восприятию и аргументированной оценке информации, развивать самостоятельность суждений, критического мышления, предпочтений, эстетического вкуса; интегрировать знания и умения, получаемые на различных учебных занятиях, в процессе восприятия, анализа и творческой деятельности и др.
* **Запись монтажная** – (cutting recording) – последовательная покадровая запись содержания медиатекста, включая номер кадра, крупность плана, движение камеры, содержание кадра – аудиовизуальный ряд, спецэффекты и т.д.
* **Имидж медийный (media image)** – специально созданный медийный образ (человека, предмета, явления) с целью популяризации, рекламы и т.д.
* **Имиджмейкер (image maker)** – специалист, разрабатывающий медийные образы (человека, предмета, явления) с целью популяризации, рекламы и т.д.
* **Интерактивность медийная (media interactivity)** – медиатексты с предусмотренными авторами возможностями для прямой/живой обратной связи, диалога с аудиторий (с помощью телефонной, видео, спутниковой и интернет-связи, компьютерных и видеоигр). Эффективно используется и в процессе интерактивного обучения.
* **Интернет (Internet)** – глобальный комплекс компьютерных сетей.
* **Интернет-форум (Internet forum)** – массовое представительное собрание в сети Интернет, виртуальная форма общения.
* **Информатизация (information net)** – организационные социально-экономический и научно-технический процессы создания определенных условий для удовлетворения информационных потребностей и реализации прав граждан, органов государственной власти, местного самоуправления, общественных объединений на основе формирования и использования информационных ресурсов (И.И.Романовский, 2004).
* **Информатика (information science)** – наука об общих свойствах и закономерностях информации, а также методах их поиска, передачи, хранения, обработки и использования в различных сферах деятельности человека. Включает в себя теорию информации, разработку методов и программ для подготовки, хранения и поиска информации, математическую теорию процессов передачи и обработки информации и др. (И.И.Романовский, 2004).
* **Информация (information, message)** – сообщение, передаваемое тем или иным способом (устным/звуковым, письменным, визуальным, аудиовизуальным) с помощью условных кодов и технических средств.
* **Искусства аудиовизуальные (audiovisual arts)** – искусства, построенные на звукозрительных образах. Близкие понятия: киноискусство (film art), видеоарт (video art), экранные искусства (screen arts), медийные искусства (media arts).
* **Искусства визуальные (visual arts)** – искусства, построенные на зрительных образах. Близкие понятия: киноискусство (film art), видеоарт (video art), экранные искусства (screen arts), медийные искусства (media arts).
* **Искусства медийные (media arts)** – искусства, построенные на медийных образах (то есть образах, создаваемых средствами (массовой) коммуникации) воспроизведения действительности (средствами печати, фотографии, радио, грамзаписи, кино, телевидения, видеоарта, компьютерной графики и т.д.). Близкие понятия: киноискусство (film art), видеоарт (video art), аудиовизуальные искусства (audiovisual arts), экранные искусства (screen arts).
* **Искусства слуховые (audio arts)** – искусства, построенные на звуковых, слуховых образах. Близкие понятия: киноискусство (film art), видеоарт (video art), экранные искусства (screen arts), медийные искусства (media arts).
* **Искусства экранные (screen arts)** – искусства, построенные на звукозрительных экранных образах. Близкие понятия: киноискусство (film art), видеоарт (video art), аудиовизуальные искусства (audiovisual arts), медийные искусства (media arts).
* **Искусства экранные (аудиовизуальные)** – (screen (audiovisual) arts) – искусства, основанные на экранной форме воспроизведения действительности (киноискусство, художественное телевидение, видеоарт, компьютерная графика и т.д.).
* **Кадр** – (shot) – основная единица структуры аудиовизуального произведения, один кусок медиатекста, начинающаяся и заканчивающаяся стыком с другим куском; «установочный кадр» (establishing shot); «кадр общего плана» (long shot), “кадр среднего плана” (medium shot).
* **Категория медиа (медийная) (media category)** – виды (пресса, телевидение, кинематограф, радио, интернет и др.) медиа и жанры (репортаж, интервью, драма, комедия, портрет, пейзаж и др.) медиатекстов.
* **Киноклуб (film club)** – учреждение, включающее комплекс выставочных и кинозалов, студий, фильмотеку и т.п. В рамках киноклубов проходят коллективные обсуждения фильмов (нередко с участием их авторов). Близкие понятия: медиацентр (media center), киноцентр (cinema center), медиаклуб (media club).
* **Кинокритика (film criticism)** – область журналистики, творческо-познавательная деятельность, касающаяся как анализа, оценки различного рода аспектов функционирования кинематографа в социуме, так и конкретных кинематографических медиатекстов – фильмов. Близкие понятия – киноведение (film studies), медиакритика (media criticism).
* [**Кинообразование**](http://www.mediagram.ru/dictionary/text_22.html) – (film education) – процесс образования и развития личности средствами и на материале киноискусства с целью формирования культуры общения с экраном, творческих, коммуникативных способностей, умений интерпретации, анализа и оценки кинотекста, обучения различным формам самовыражения при помощи кинотехники. Содержание кинообразования: основы киноведения (виды и жанры киноискусства, функции кинематографа в социуме, киноязык, история киноискусства и т.д.), сведения об основных областях применения теоретических знаний (профессиональный и любительский кинематограф, киновидеопрокат, киноклубное движение, телевидение, учреждения досуга, образовательные учреждения и т.д.), ...
* **Кинотекст** – (film text, film construct) – информационное сообщение, изложенное в любом виде и жанре кинематографа (игровой, документальный, анимационный, учебный, научно-популярный фильм);
* **Ключевые понятия медиаобразования** – (key concepts of media education) – источник медийной информации» (media agency), «категория медиа» (media category), «технология медиа» (media technology), «медиаязык» (media language), «аудитория медиа» (media audience), «медийная репрезентация/переосмысление» (media representation) и др.
* **Код** – (code) – результат приведения в систему неких условных понятий, чтобы знакомая с «кодом» аудитория могла опираться на него при восприятии, интерпретации и анализе медиатекста (например, марка студии, эмблема и пр.).
* **Коллаж** – (collage) – использование разностильных объектов и фактур в одном медиатексте.
* **Коммуникативистика (communication studies)** – наука, изучающая гуманитарные аспекты коммуникации, развития информационных систем и средств, характер, формы, результаты их воздействия на социум. Близкие понятия: коммуникология, теория коммуникации.
* **Коммуникатор (communicator)** – инициатор коммуникативных связей; лицо или группа лиц, создающих и передающих сообщения, медиатексты.
* **Коммуникация (communication)** – связь, путь сообщения, общение, передача информации, в том числе – медийной (вербальная, невербальная, визуальная, аудиовизуальная, групповая, массовая, межличностная, внутриличностная, дистанционная, тактильная, контактная, конфликтная, культурная, межкультурная, социальная, педагогическая и др. виды коммуникации).
* **Коммуникация аудиовизуальная (audiovisual communication)** – связь, путь сообщения, общение, передача информации, в том числе – медийной; взаимодействие в процессе аудиовизуального, медийного восприятия.
* **Коммуникация визуальная (visual communication)** – связь, путь сообщения, общение, передача визуальной информации, в том числе – медийной; взаимодействие в процессе визуального, зрительного восприятия.
* **Коммуникация звуковая (audio communication, sound communication)** – связь, путь сообщения, общение, передача звуковой информации, в том числе – медийной; взаимодействие в процессе слухового восприятия.
* **Коммуникация массовая (mass communication)** – связь, путь сообщения, общение, передача информации, в том числе – медийной (вербальная, невербальная, визуальная, аудиовизуальная, межличностная, внутриличностная, дистанционная, тактильная, контактная, конфликтная, культурная, межкультурная, социальная, педагогическая и др. виды коммуникации), рассчитанная на массовую аудиторию.
* **Коммуникация медийная (media communication)** – связь, путь сообщения, общение, передача медийной информации; взаимодействие в процессе медийного восприятия.
* [**Компетентность информационная (information competence)**](http://www.mediagram.ru/dictionary/text_79.html) – интегративное качество личности, являющееся результатом отражения процессов отбора, усвоения, переработки, трансформации и генерирования информации в особый тип предметно-специфических знаний, позволяющее вырабатывать, принимать, прогнозировать и реализовывать оптимальные решения в различных сферах деятельности. При этом информационной компетентности присущи следующие свойства: дуализм - наличие объективной (внешней оценки информационной компетентности) и субъективной (внутренней - самооценки своей информационной компетентности индивидуумом) сторон; относительность - знания и базы знаний быстро устаревают и их можно рассматривать как новые только в условно-определённом пространственно-временном отрезке; структурированность - каждый человек имеет свои ...
* **Компетентность медийная (media compentence)** – совокупность мотивов, знаний, умений, способностей личности(показатели: мотивационный, контактный, информационный, перцептивный, интерпретационный/оценочный, практико-операционный/деятельностный, креативный), способствующих выбору, использованию, критическому анализу, оценке, созданию и передаче медиатекстов в различных видах, формах и жанрах, анализу сложных процессов функционирования медиа в социуме [Федоров, 2007].
* **Контент-анализ (сontent аnalysis)** – количественный анализ медиатекстов (определение категории медиатекста, систематизация фактов, выводы о типах повествования, символах, языках, формах и т.д.; о том, как часто проявляются те или иные факторы, например, стереотипы в сюжете). Применим также к анализу работы медийных агентств (объем передаваемой ими информации, избирательность информации и пр.). В рамках контент-анализа не делается различий по степени значимости между исследуемыми единицами – в центре внимания лишь частота их появления (Назаров, 2004).
* **Культура аудиовизуальная (audiovisual culture)** – совокупность материальных и интеллектуальных ценностей в области аудиовизуальных медиа, а также исторически определенная система их воспроизводства и функционирования в социуме; по отношению к аудитории аудиовизуальная культура может выступать системой уровней развития личности человека, способного воспринимать, анализировать, оценивать аудиовизуальный медиатекст, заниматься аудиовизуальным медиатворчеством, усваивать новые знания в области медиа. Аналоги: видеокультура (video culture), кинематографическая культура (film culture), медиакультура (media culture).
* **Культура визуальная (visual culture)** – совокупность материальных и интеллектуальных ценностей в области визуальных медиа, а также исторически определенная система их воспроизводства и функционирования в социуме; по отношению к аудитории визуальная культура может выступать системой уровней развития личности человека, способного воспринимать, анализировать, оценивать визуальный медиатекст, заниматься медиатворчеством, усваивать новые знания в области визуальных медиа. Аналоги: видеокультура (video culture), кинематографическая культура (film culture), медиакультура (media culture).
* **Культура информационная (information culture)** – составная часть общечеловеческой культуры, представляющая собой совокупность устойчивых навыков и постоянного эффективного применения информационных технологий (ИТ) в своей профессиональной деятельности и повседневной практике» [Инякин Ю.С., Горский В.А. От информационной культуры к культуре личности//Дополнительное образование. 2000. № 10. С.8.].
* **Культура информационная (information culture)** – совокупность материальных и интеллектуальных ценностей в области информации, а также исторически определенная система их воспроизводства и функционирования в социуме; по отношению к аудитории информационная культура может выступать системой уровней развития личности человека, способного воспринимать, анализировать, оценивать информацию, усваивать новые знания в этой области. Аналоги: видеокультура (video culture), кинематографическая культура (film culture), медиакультура (media culture).
* **Культура личности информационная (information culture of personality)** – одна из составляющих общей культуры человека; совокупность информационного мировоззрения и системы знаний и умений, обеспечивающих целенаправленную самостоятельную деятельность по оптимальному удовлетворению индивидуальных информационных потребностей с использованием как традиционных, так и новых информационных и технологий. Является важнейшим фактором успешной профессиональной и непрофессиональной деятельности, а также социальной защищенности личности в информационном обществе (Н.И.Гендина, 2002).
* **Культура медийная (media culture)** – совокупность материальных и интеллектуальных ценностей в области медиа, а также исторически определенная система их воспроизводства и функционирования в социуме; по отношению к аудитории медийная культура может выступать системой уровней развития личности человека, способного воспринимать, анализировать, оценивать медиатекст, заниматься медиатворчеством, усваивать новые знания в области медиа. Аналоги: видеокультура (video culture), кинематографическая культура (film culture), медиакультура (media culture).
* **Культура медийная массовая (mass media culture)** – система производства, распространения, рекламы, продажи относительно несложных для восприятия медиатекстов, рассчитанных на массовую аудиторию. Некоторые теоретики отождествляют массовую и популярную культуру (pop culture).
* **Купирование** – (crop) – усечение аудиовизуального образа медиатекста.
* **Логотип медийный (media logo)** – символическая, стилизованная эмблема медийной фирмы, агентства.
* **Манипуляция информационная (information manipulation)** – система приемов и способов информационных воздействий на аудиторию с целью навязывания каких-либо идей, мнений или введения в заблуждение.
* **Манипуляция медийная (media manipulation)** – система приемов и способов медийных воздействий на аудиторию с целью навязывания каких-либо идей, мнений или введения в заблуждение.
* **Маркетинг медийный (media marketing)** – стратегия, система управления планированием, финансированием, производством, распространением, анализом возможностей и вкусов потенциальных потребителей, рекламой, ценообразованием и продажей медийных продуктов, медиатекстов, основанная на всестороннем анализе рынка.
* **Марчандайзинг медийный (media merchandising)** – часть рекламной компании, включающей выпуск сопутствующих товаров, имеющих отношение к тому или иному медиатексту или медийному событию, их распространение, продажу.
* **Медиа** – (media): «средства (массовой) коммуникации - технические средства создания, записи, копирования, тиражирования, хранения, распространения, восприятия информации и обмена ее между субъектом (автором медиатекста) и объектом (массовой аудиторией).
* **Медиа-арт (media art)** – искусство создания медиатекстов при помощи медиатехники.
* **Медиавоздействие** – (effects, media effects) – воздействие медиатекстов на аудиторию: в сфере воспитания и образования, развития сознания, формирования поведения, взглядов, реакций, откликов, распространения информации и т.д.
* **Медиавосприятие** – (media perception): восприятие «медиареальности», чувств и мыслей авторов медиатекстов.
* **Медиаграмотность** – (media literacy) – результат медиаобразования или изучения медиа. Чем больше вы изучаете медиа (с помощью медиа), тем более вы медиаграмотны: медиаграмотность – это способности экспериментирования, интерпретации/анализа и создания медиатекстов» [Worsnop, C. Screening Images: Ideas for Media Education (1999). Mississauga, Ontario: Wright Communications, p.x].
* **Медиаграмотность** – (media literacy) – выступает за то, чтобы человек был активным и медиаграмотным, обладающим развитой способностью к восприятию, созданию, анализу, оценке медиатекстов, к пониманию социокультурного и политического контекста функционирования медиа в современном мире, кодовых и репрезентационных систем, используемых медиа; жизнь такого человека в обществе и мире связана с гражданской ответственностью» [International Encyclopedia of the Social & Behavioral Sciences. Vol. 14 / Eds.N.J.Smelser & P.B.Baltes. Oxford, 2001, p.9494].
* **Медиаграмотность** – (media literacy) - результат процесса медиаобразования (media education) [В.Гура, А.Короченский, В.Монастырский, С.Пензин, Л.Усенко, А.Федоров, J.Pungente, I.Rother, D.Suess, Ch.Worsnop].
* **Медиаграмотность** – (media literacy) – способность использовать, анализировать, оценивать и передавать сообщения (messages) в различных формах» [Kubey, R. Media Education: Portraits of an Evolving Field. In: Kubey, R. (Ed.) Media Literacy in the Information Age. – New Brunswick & London: Transaction Publishers, 1997, p.2].
* **Медиаграмотность** – (media literacy) - умение анализировать и синтезировать пространственно-временную реальность, умение «читать» медиатекст.
* **Медиаграмотность** – (media literacy) призвана помочь людям понимать, создавать и оценивать культурную значимость аудиовизуальных и печатных текстов. Медиаграмотный индивидуум, которым должен иметь возможность стать каждый человек, способен анализировать, оценивать и создавать печатные и электронные медиатексты» [Aufderheide, P., Firestone, C. Media Literacy: A Report of the National Leadership Conference on Media Literacy. Queenstown, MD: The Aspen Institute, 1993, p.1].
* **Медиадидактика (media didactics)** – теория медийного обучения, включающая цели, содержание, организационные формы, способы и средства, помогающие развитию медиаграмотности/ медиакомпетентности.
* **Медиаизмерения (media measurements)** – процесс получения данных о числе, структуре медийной аудитории, предоставляемой в определенном отрезке времени и месте. Измерение телеаудитории, например, основано на получении информации о просмотрах телепередач с помощью специальных приборов-датчиков, присоединенных к телеприемникам и автоматически фиксирующих номер канала и длительность его включения.
* **Медиаклуб (media club)** – учреждение, включающее комплекс выставочных и медиазалов, студий, медиатеку и т.п. В рамках медиаклубов проходят коллективные обсуждения медиатекстов (нередко с участием их авторов). Медиаклуб, специализирующийся только на кинематографе называется киноклубом (film club). Близкие понятия: медиацентр (media center), киноцентр (cinema center), киноклуб (film club).
* **Медиакомпетентность личности (media competence of personality)** – совокупность ее мотивов, знаний, умений, способностей (показатели: мотивационный, контактный, информационный, перцептивный, интерпретационный/оценочный, практико-операционный/деятельностный, креативный), способствующих выбору, использованию, критическому анализу, оценке, созданию и передаче медиатекстов в различных видах, формах и жанрах, анализу сложных процессов функционирования медиа в социуме [Федоров, 2007].
* **Медиакомпетентность педагога (media competence of educator)** – совокупность его мотивов, знаний, умений, способностей (показатели: мотивационный, информационный, методический, практико-операционный/деятельностный, креативный), способствующих медиаобразовательной деятельности в аудитории различного возраста [Федоров, 2007].
* **Медиакритика (media criticism)** – область журналистики, творческо-познавательная деятельность, в ходе которой осуществляется критическое познание и оценка социально значимых, актуальных творческих, профессионально-этических аспектов информационного производства в средствах массовой информации с акцентом на творческую сторону медийного содержания; это общение с аудиторией, в процессе которого на основе анализа, интерпретации и оценки медиатекстов, жанрово-стилевых форм их воплощения оказывается влияние на восприятие медийного содержания, на представления о материальном и духовном мире, формирующиеся в сознании аудитории (А.П.Короченский, 2003). Близкое понятие – кинокритика (film criticism).
* **Медиакультура** – (media culture) – совокупность материальных и интеллектуальных ценностей в области медиа, а также исторически определенная система их воспроизводства и функционирования в социуме; по отношению к аудитории «медиакультура» или «аудиовизуальная культура» может выступать системой уровней развития личности человека, способного воспринимать, анализировать, оценивать медиатекст, заниматься медиатворчеством, усваивать новые знания в области медиа;
* **Медиалогия (media studies)** – наука, изучающая гуманитарные аспекты развития медиа, характер, формы, результаты их воздействия на социум.
* **Медиамузыка (media music)** – музыка, специально созданная для звукового оформления вещания посредством радио, телевидения, кинематографа, Интернета и т. п. (А.В.Чернышов, 2008).
* [**Медиаобразование**](http://www.mediagram.ru/dictionary/text_46.html) – (media education) – изучение медиа, которое отличается от обучения с помощью медиа. Медиаобразование связано одновременно с познанием того, как создаются и распространяются медиатексты, так и с развитием аналитических способностей для интерпретации и оценки их содержания (тогда как изучение медиа (media studies) обычно связывается с практической работой по созданию медиатекстов). Как медиаобразование (media education), так и изучение медиа (media studies) направлены на достижение целей медиаграмотности (media literacy)» [International Encyclopedia of the ...
* [**Медиаобразование**](http://www.mediagram.ru/dictionary/text_47.html) – (media education) связано со всеми видами медиа (печатными и графическими, звуковыми, экранными и т.д.) и различными технологиями; оно дает возможность людям понять, как массовая коммуникация используется в их социумах, овладеть способностями использования медиа в коммуникации с другими людьми; обеспечивает человеку знание того, как: 1)анализировать, критически осмысливать и создавать медиатексты; 2)определять источники медиатекстов, их политические, социальные, коммерческие и/или культурные интересы, их контекст; 3)интерпретировать медиатексты и ценности, распространяемые медиа; 4) отбирать соответствующие медиа для создания и распространения своих собственных медиатекстов и ...
* **Медиаобразование (media education)** – направление в педагогике, выступающее за изучение «закономерностей массовой коммуникации (прессы, телевидения, радио, кино, видео и т.д.). Основные задачи медиаобразования: подготовить новое поколение к жизни в современных информационных условиях, к восприятию различной информации, научить человека понимать ее, осознавать последствия ее воздействия на психику, овладевать способами общения на основе невербальных форм коммуникации с помощью технических средств» [Медиаобразование//Российская педагогическая энциклопедия. Т.1/Гл. ред. В.В.Давыдов. М.: Большая российская энциклопедия, 1993. С. 555].
* [**Медиаобразование (media education)**](http://www.mediagram.ru/dictionary/text_45.html) – процесс развития личности с помощью и на материале средств массовой коммуникации (медиа) с целью формирования культуры общения с медиа, творческих, коммуникативных способностей, критического мышления, умений полноценного восприятия, интерпретации, анализа и оценки медиатекстов, обучения различным формам самовыражения при помощи медиатехники. Обретенная в результате этого процесса медиаграмотность помогает человеку активно использовать возможности информационного поля телевидения, радио, видео, кинематографа, прессы, Интернета.Содержание медиаобразования: основы искусствоведения в медиасфере (виды и жанры медиа, функции медиа в социуме, язык медиа, история медиакультуры и т.д.), сведения об ...
* **Медиапедагог (media educator)** – специалист по теории и практике в области медиаобразования.
* **Медиапедагогика (media pedagogy)** – наука о медиаобразовании и медиаграмотности. Раскрывает закономерности развития личности в процессе медиаобразования.
* **Медиапиратство (media piracy)** – контрофактное/незаконное тиражирование, демонстрация, продажа медиатекстов. Близкое понятие: видеопиратство (video piracy).
* **Медиапланирование (media planning)** – умение с учетом требований экономности и эффективности расходуемых средств планировать размещение рекламы в тех или иных медиа.
* **Медиапсихология (media psychology)** – специальная отрасль психологии, исследующая психологические закономерности процессов функционирования медиа в социуме и психологические аспекты содержания медиатекстов разных видов и жанров.
* **Медиатворчество (media creation)** – процесс созидательной деятельности в медийной сфере и его предметные результаты; взаимосвязанные процессы проективной деятельности и производства медиатекстов (Н.Ф.Хилько, 2000).
* [**Медиатека (media library, mediateque)**](http://www.mediagram.ru/dictionary/text_196.html) – учреждение или структурное подразделение учреждения, включающее совокупность фонда медиатекстов на любых носителях и разнообразных информационных, технических средств, мультимедиа; располагает комплексом оборудования для хранения и восприятия медиатекстов различных видов и на разных носителях, читальным залом, где созданы благоприятные условия для индивидуализации и развития исследовательских, поисковых и творческих способностей, повышения профессионального уровня пользователей (адаптация определения Е.Н.Ястребцевой, 1994). Аналогичные учреждения, структурные подразделения, коллекции, концентрирующиеся на отдельных медийных носителях, называются библиотеками (медийные ...
* **Медиатекст** – (media text, media construct) – информационное сообщение, изложенное в любом виде и жанре медиа (газетная статья, телепередача, видеоклип, фильм и пр.).
* **Медиатерроризм (media terrorism)** – целенаправленное, планомерное, систематическое использование возможностей средств массовой информации (масс-медиа) для создания и тиражирования чувств страха (ужаса, беспокойства, тревоги) и распространения их в информационном пространстве в целях манипулирования общественным сознанием (В.В.Цыганов, 2004).
* **Медиацентр (media center)** – учреждение, включающее комплекс выставочных и кино/видеозалов, студий, офисов медийных фирм, медиатеку и т.п. Медиацентр, специализирующийся только на кинематографе называется киноцентром (cinema center).
* **Медиаэкология (media ecology)** – раздел духовной экологии, в котором рассматриваются основные принципы медийного репертуара, культуры медиавосприятия; создание своеобразного иммунитета против низкокачественных медиатекстов, приобщение к медиакультуре, овладение духовно-нравственными и эстетическими критериями оценки медийных образов (Н.Ф.Хилько, 2000).
* **Медийные искусства** – (media arts) – искусства, основанные на медиаформе (то есть форме средств массовой коммуникации) воспроизведения действительности (средствами печати, фотографии, радио, грамзаписи, кино, телевидения, видеоарта, компьютерной графики и т.д.).
* **Методика медиаобразования** – (methodology of media education) – процесс обучения основам медиакультуры в плане содержания данного образования и деятельности педагога и ученика, с учетом, вариативности, импровизации, диалогической формы преподавания и учения и требований к составляющим образовательного процесса.
* [**Методы медиаобразования**](http://www.mediagram.ru/dictionary/text_52.html) – (methods of media education): способы работы педагога и ученика, при помощи которого достигаются цели медиаобразования. Типичные методы: словесные (рассказ, лекция, беседа, взаимообогащающий диалог, обсуждение, анализ, дискуссия и т.д.); наглядные (просмотр аудиовизуального материала), репродуктивные, исследовательские, эвристические, проблемные, игровые (моделирование художественно-творческой деятельности создателей медиатекста, импровизация и т.д.); Данные методы основаны на следующих дидактических принципах: социокультурное развитие творческой личности в процессе обучения, научность, систематичность и доступность обучения, связь теории с практикой, наглядность, активность ...
* **Мировоззрение информационное (information outlook)** – система обобщенных взглядов на информацию, информационные ресурсы, информационные системы, информационные технологии, информатизацию, информационное общество и место человека в нем, на отношения людей к окружающей информационной среде, а также обусловленные этими взглядами их убеждения, идеалы, принципы познания и деятельности (Н.И.Гендина, 2002).
* **Модели коммуникации (communication models)** – социологические, психологические, семиотические, культурологические, эстетические, образовательные, воспитательные, этические и др., основанные на сложном взаимодействии коммуникатора и реципиента (пользователя, аудитории).
* [**Модели медиаобразования (media education models)**](http://www.mediagram.ru/dictionary/text_203.html) – образовательно-информационные (изучение теории и истории, языка медиакультуры и т.д.), опирающиеся в основном на культурологическую, эстетическую, семиотическую, социокультурную теории медиаобразования (подробный анализ такого рода теорий см.: А.В.Федоров, 2001, A.Fedorov, 2003); воспитательно-этические (рассмотрение моральных, религиозных, философских проблем на материале медиа), опирающиеся в основном на этическую, религиозную, идеологическую, экологическую, протекционистскую и др. теории медиаобразования; практико-утилитарные модели (практическое изучение и применение медиатехники), опирающиеся в основном на теорию «потребления и удовлетворения» и практическую теорию ...
* **Мониторинг медийный (media monitoring)** – система сбора информации, социологических данных о медиа и медийной аудитории (регулярные наблюдения, опросы, тестирования, прогнозы, оценки).
* **Монтаж** – (montage, cutting, cut) – процесс создания медиатекста путем «сборки», «склеивания» единого целого из отдельно взятых фрагментов.
* **Музыка медийная (media music)** – музыка, специально созданная для звукового оформления вещания посредством радио, телевидения, кинематографа, Интернета и т. п. (А.В.Чернышов, 2008).
* **Мультимедиа (multimedia)** – комплекс технических/ компьютерных/программных средств, синтезирующий, часто в интерактивном режиме, текст, изображение и звук.
* **Мышление аудиовизуальное (audiovisual thinking)** – творческая деятельность, основанная на эмоционально-смысловом соотнесении и образных обобщениях частей аудиовизуального текста.
* **Мышление визуальное (visual thinking)** – творческая деятельность, основанная на эмоционально-смысловом соотнесении и образных обобщениях частей визуального текста.
* **Мышление критическое** – (critical thinking) – аналитический процесс, основанный на развитом «аудиовизуальном восприятии» и «аудиовизуальном мышлении». Данный процесс приводит к интерпретации и оценке смысла (в том числе и «зашифрованного») медиатекста.
* **Мышление критическое (critical thinking)** – по отношению к системе медиа и медиатекстам – аналитический процесс, основанный на развитом аудиовизуальном восприятии и мышлении. Данный процесс приводит к интерпретации и оценке смысла (в том числе и зашифрованного) медиатекста.
* **Мышление критическое творческое по отношению к системе медиа и медиатекстам** – (critical creative thinking about media and media texts)сложный рефлексивный процесс мышления, который включает ассоциативное восприятие, синтез, анализ и оценку механизмов функционирования медиа в социуме и медиатекстов (информации/сообщений), в сочетании с аудиовизуальным воображением, виртуальным экспериментированием, логическим и интуитивным прогнозированием в медийной сфере. При этом развитие критического мышления – не итоговая цель медиаобразования, а его постоянный компонент» [Федоров, 2007].
* **Обозначение** – (denotation) – процесс, когда те или иные значения задаются медиатекстом.
* **Образ аудиовизуальный (audiovisual image)** – материализация авторского замысла в конкретной аудиовизуальной, пространственно-временной форме аудиовизуального повествования.
* **Образ медийный (media image)** – материализация авторского замысла в конкретной аудиовизуальной, пространственно-временной форме медийного повествования.
* **Образ экранный** – (screen image) – материализация авторского замысла в конкретной аудиовизуальной, пространственно-временной форме экранного повествования.
* [**Образование/обучение аудиовизуальное (audiovisual education)**](http://www.mediagram.ru/dictionary/text_212.html) – процесс развития личности с помощью и на материале аудиовизуальных средств (массовой) коммуникации (медиа) с целью формирования культуры общения с медиа, творческих, коммуникативных способностей, критического мышления, умений полноценного восприятия, интерпретации, анализа и оценки медиатекстов, обучения различным формам самовыражения при помощи медиатехники. Обретенная в результате этого процесса аудиовизуальная грамотность (audiovisual literacy) помогает человеку активно использовать возможности информационного поля телевидения, радио, видео, кинематографа, интернета. Содержание аудиовизуального образования: основы искусствоведения в аудиовизуальной сфере (виды и жанры ...
* **Образование/обучение дистанционное (distance education)** – учебный процесс с применением компьютерных сетей, интернета, электронной почты, мультимедиа, позволяющий преподавателям и учащимся находится на значительном расстоянии друг от друга.
* [**Образование/обучение информационное (information education)**](http://www.mediagram.ru/dictionary/text_214.html) – процесс развития личности с помощью и на материале информации с целью формирования культуры общения с информацией, творческих, коммуникативных способностей, критического мышления, умений полноценного восприятия, интерпретации, анализа и оценки информации, обучения различным формам создания и передачи информации. Обретенная в результате этого процесса информационная грамотность помогает человеку активно использовать возможности информационного поля. Содержание информационного образования: основы информатики, информационных технологий, информационной культуры, сведения об основных областях применения теоретических знаний (профессиональные средства массовой информации, каналы распространения информации, ...
* [**Образование/обучение медийное (media education)**](http://www.mediagram.ru/dictionary/text_215.html) – процесс развития личности с помощью и на материале средств массовой коммуникации (медиа) с целью формирования культуры общения с медиа, творческих, коммуникативных способностей, критического мышления, умений полноценного восприятия, интерпретации, анализа и оценки медиатекстов, обучения различным формам самовыражения при помощи медиатехники. Обретенная в результате этого процесса медиаграмотность помогает человеку активно использовать возможности информационного поля телевидения, радио, видео, кинематографа, прессы, Интернета. Содержание медиаобразования: основы искусствоведения в медиасфере (виды и жанры медиа, функции медиа в социуме, язык медиа, история медиакультуры и т.д.), сведения об ...
* **Общество информационное (information society)** – ступень в развитии современной цивилизации, характеризующаяся увеличением роли информации и знаний в жизни общества, возрастанием доли информационных продуктов и услуг в валовом внутреннем продукте (ВВП), возникновением глобального информационного пространства, обеспечивающего эффективное взаимодействие людей и доступ к мировым информационным ресурсам, удовлетворение различных общественных и личностных информационных интересов (О.Н.Вершинская, 2007).
* **Память виртуальная (virtual memory)** – комплекс программ и запоминающих устройств в компьютере.
* **Педагогика медийная (media pedagogy)** – специальная отрасль педагогики, то есть наука о медиаобразовании и медиаграмотности. Раскрывает закономерности развития личности в процессе медиаобразования.
* **Перцепция аудиовизуальная (audiovisual perception)** – см. восприятие аудиовизуальное.
* **Перцепция визуальная (visual perception)** – см. восприятие визуальное.
* **Перцепция медийная (media perception)** – см. восприятие медийное.
* **План** – (frame) – масштаб изображения (общий, средний, крупный, деталь); «установочный план» – «крупный план» – close-up.
* [**Показатели развития информационной грамотности/ информационной компетентности аудитории (audience information literacy/competence levels):**](http://www.mediagram.ru/dictionary/text_223.html) – 1)мотивационный (мотивы контакта с информацией: жанровые, тематические, эмоциональные, гносеологические, гедонистические, психологические, моральные, интеллектуальные, эстетические, терапевтические и др.); 2) контактный (частота общения/контакта с информацией); 3) когнитивный (знания терминологии, теории информации и особенностей процессов (массовой) коммуникации); 4) перцептивный (способности к восприятию информации); 5) интерпретационный/оценочный (умения интерпретировать, анализировать информацию на основе определенного уровня восприятия, критическая автономия); 6) практико-операционный (умения создавать/ распространять информацию); 7)креативный (наличие творческого начала ...
* [**Показатели развития медиаграмотности/медиакомпетентности аудитории (audience media literacy/competence levels):**](http://www.mediagram.ru/dictionary/text_222.html) – 1)мотивационный (мотивы контакта с медиатекстами: жанровые, тематические, эмоциональные, гносеологические, гедонистические, психологические, моральные, интеллектуальные, эстетические, терапевтические и др.); 2) контактный (частота общения/контакта с произведениями медиакультуры – медиатекстами); 3)информационный (знания терминологии, теории и истории медиакультуры, процесса массовой коммуникации); 4) перцептивный (способности к восприятию медиатекстов); 5) интерпретационный/оценочный (умения интерпретировать, анализировать медиатексты на основе определенного уровня медиавосприятия, критическая автономия); 6) практико-операционный (умения создавать/ распространять собственные медиатексты); ...
* **Показатели развития профессиональных знаний и умений, необходимых педагогам для медиаобразовательной деятельности (levels of development of the professional knowledge and skills necessary for teachers’ media education activity):** – 1) мотивационный (мотивы медиаобразовательной деятельности: эмоциональные, гносеологические, гедонистические, нравственные, эстетические и др.; стремление к совершенствованию своих знаний и умений в области медиаобразования); 2) информационный (уровень информированности, теоретико-педагогических знаний в области медиаобразования); 3) методический (методические умения в области медиаобразования, уровень педагогического артистизма); 4) деятельностный (качество медиаобразовательной деятельности в процессе учебных занятий разных типов); 5) креативный (уровень творческого начала в медиаобразовательной деятельности) (А.В.Федоров, 2007).
* **Понятия медиаобразования ключевые/основные (key concepts of media education)** – источник медийной информации, медийное агентство (media agency), категория медиа (media category), технология медиа (media technology), медиаязык (media language), аудитория медиа (media audience), медийная репрезентация/переосмысление (media representation) и др.
* **Портфолио (portfolio)** – систематизированный набор медиатекстов, объединенных по тематическому, хронологическому или иному принципу. Эффективно применяется в процессе информационного и медиаобразования.
* **Предмет медиаобразования** – (subject of media education) – взаимодействие человека с медиа, медиаязык и его использование в социуме, медиа и его функционирование в социуме, система знаний и умений, необходимых человеку для полноценного восприятия и анализа медиатекстов, для социокультурного развития творческой личности.
* **Предубеждения информационные (information bias)** – предпочтения какой-либо точки зрения, предрассудки относительно какой-либо информации, ее влияния на аудиторию, их роли в обществе и т.д.
* **Предубеждения медийные (media bias)** – предпочтения какой-либо точки зрения, предрассудки относительно медиатекстов, их влияния на аудиторию, их роли в обществе и т.д.
* **Принципы информационного образования (information education principles)** – принцип культурологического подхода; принцип системного подхода; принцип интегративности; принцип деятельностного подхода; принцип технологического подхода; принцип непрерывности (Н.И.Гендина, 2002).
* [**Принципы медиаобразования (media education principles)**](http://www.mediagram.ru/dictionary/text_231.html) – (Masterman, 1998): - медиаобразование – это серьезная и важная область, связанная с большинством социальных структур демократического общества; - центральная концепция медиаобразования - переосмысление/репрезентация. Медиа не отражают реальность, а переосмысляют/представляют ее, используя систему знаков и символов. Без этого принципа медиаобразование невозможно; - медиаобразование это процесс, продолжающийся всю жизнь человека. Но учащиеся для медиаобразования - приоритетная аудитория; - цели медиаобразования заключаются не только в воспитании критического мышления, но и в развитии критической автономии; - медиаобразование – исследовательский ...
* **Пропаганда информационная (information propaganda)** – система приемов и способов информационных воздействий на аудиторию с целью активного, наступательного навязывания каких-либо идей, мнений, суждений.
* **Пропаганда медийная (media propaganda)** – система приемов и способов медийных воздействий на аудиторию с целью активного, наступательного навязывания каких-либо идей, мнений, суждений.
* **Пространство информационно-образовательное (information and education space)** – реальность, организованная и управляемая единой выработанной концепцией, подходами и механизмами реализации общей стратегии формирования, развития и достижения целей повышения культурного, образовательного и профессионального уровней субъектов, объединенных на единой информационно-технологической основе для поддержания обучения и воспитания субъектов выделенного пространства. Близкие понятия: медийное пространство, медиаобразовательное пространство.
* **Пространство медиаобразовательное (media education space)** – реальность, организованная и управляемая единой выработанной концепцией, подходами и механизмами реализации общей стратегии формирования, развития и достижения целей повышения культурного, медиаобразовательного и профессионального уровней субъектов, объединенных на единой информационно-технологической основе для поддержания обучения и воспитания субъектов выделенного пространства. Близкие понятия: медийное пространство, информационно-образовательное пространство.
* **Психология медийная (media psychology)** – специальная отрасль психологии, исследующая психологические закономерности процессов функционирования медиа в социуме и психологические аспекты содержания медиатекстов разных видов и жанров.
* **Ракурс** – (angle) – угол съемки, угол «зрения» камеры по отношению к изображаемому объекту.
* **Раскадровка** – (storyboard) – покадровое планирование экранного медиатекста на предварительной стадии его создания.
* **Реальность виртуальная (virtual reality)** – репрезентация/переосмысление реального мира с помощью компьютера и мультимедийных средств.
* **Репрезентация медийная (media representation)** – переосмысление, трактовка реальности в медиатексте.
* **Ресурс информационно-образовательный (ИОР) (information education resource)** – наиболее широкое понятие, охватывающее различные виды ин¬формационных ресурсов (в отличие от ресурсов материальных), используемых в образовании. Примерами информационных ресур¬сов являются: учебник, видеофильм, редактор текста, еженедельная телевизионная передача и т.д.
* **Ресурс цифровой образовательный (ЦОР) (digital educational resource)** – информационный образовательный ресурс, хранимый и пере¬даваемый в цифровой форме, наиболее общее понятие, относяще¬еся к цифровому информационному объекту, предназначенному для использования в образовании. Таким объектом может быть ци¬фровой видеофильм, редактор звуковых файлов, цифровое описа¬ние книги и т.д.
* **Ресурс электронно-образовательный (ЭОР) (electronic educational resource)** – информационный образовательный ресурс, хранимый и пере¬даваемый в электронной форме, наиболее общее понятие, относяще¬еся к электронному информационному объекту, предназначенному для использования в образовании.
* **Ритм** – (rhythm) – одно из средств формообразования в медиатексте, основанное на закономерной повторяемости в пространстве или во времени неких элементов через соизмеримые интервалы.
* **Символ** – (symbol) - условный знак, обозначающий иной смысл, образ предмета, который имеет несколько значений.
* **Смысловые части (единицы) медиатекста** – (parts of media text’s meaning) - события, сцены, эпизоды, кадры, элементы композиции, создающие единый медиатекст.
* **Сообщение медийное (media message)** – информация, переданная по медийным каналам.
* **Среда информационная (information environment)** – cовокупность окружающих информационную систему элементов (объектов), которые оказывают на нее влияние или, наоборот, на которые она воздействует. (Словарь прикладной интернетики / Нехаев С.А., Кривошеин Н.В., Андреев И.Л., Яскевич Я.С. http://yas.yuna.ru)
* **Среда информационная (information environment)** – совокупность программно-аппаратных средств, информационных сетей связи, организационно-методических элементов системы высшей школы и прикладной информации о предметной области, понимаемой и применяемой различными пользователями, возможно, с разными целями и в разных смыслах (http://www.google.ru/search?complete)
* [**Среда информационная (information environment)**](http://www.mediagram.ru/dictionary/text_310.html) – - совокупность технических и программных средств хранения, обработки и передачи информации, а также политические, экономические и культурные условия реализации процессов информатизации (www.soi.ru). Информационная среда выступает как инструментарий для поддержки исследований и развития образования, а также как средство непосредственного общения (www.nsu.ru). " В настоящий момент в системе образования нет четко определенной стратегии функционирования единой информационной среды системы профессионального образования, что проявляется: в отсутствии поддержки корпоративных образовательных сетей и ориентация на коммерческих операторов связи; в изменении концепции построения системы ...
* **Среда информационная (information environment)** – совокупность технических и программных средств хранения, обработки и передачи информации, обеспечивающих определенный режим работы и условия выполнения ее задач; реальность, в которую погружаются люди, находящиеся в контакте с медиа.
* **Среда информационно-образовательная (information and education space)** – предназначена для максимально полного объединения ресурсов системы образования путем интеграции ресурсов различных учебных заведений. На этой основе пользователям предоставляется широкий выбор различных образовательных услуг: от доступа к фондам виртуальной распределенной электронной библиотеки, образуемой объединением электронных библиотек учебных заведений, до возможности получения образования в любом учебном заведении, имеющем свое виртуальное представительство
* **Среда информационно-образовательная (ИОС) (information educational environment)** – многоаспектная целостная, социально-психологическая реальность, предоставляющая совокупность необходимых психолого-педагогических условий, современных технологий обучения и программно-методических средств обучения, построенных на основе современных информационных технологий, обеспечивающих сопровождение познавательной деятельности и доступа к информационным ресурсам.
* **Среда медиаобразовательная (media educational environment)** – многоаспектная целостная, социально-психологическая медийная реальность, предоставляющая совокупность необходимых психолого-педагогических условий, современных технологий обучения и программно-методических средств обучения, построенных на основе современных информационных и медийных технологий, обеспечивающих сопровождение познавательной деятельности и доступа к информационным и медийным ресурсам.
* **Среда медийная (media environment)** – совокупность технических и программных средств хранения, обработки и передачи медиатекстов, обеспечивающих определенный режим работы и условия выполнения ее задач; реальность, в которую погружаются люди, находящиеся в контакте с медиа.
* **Средства массовой информации** – технические средства создания, записи, копирования, тиражирования, хранения и распространения информации для массовой аудитории.
* **Средства массовой коммуникации** – (mass media) - технические средства создания, записи, копирования, тиражирования, хранения, распространения, восприятия информации и обмена ее между субъектом (коммуникантом) и объектом (коммуникатором);
* **Средства обучения аудиовизуальные (audiovisual educational media)** – технические средства и медиатексты, предназначенные для зрительного и слухового воздействия и восприятия в образовательном процессе.
* **Средства обучения визуальные (visual educational media)** – технические средства и визуальные тексты, предназначенные для зрительного воздействия и восприятия в образовательном процессе.
* **Средства обучения звуковые (audio educational media)** – технические средства и медиатексты, предназначенные для слухового воздействия и восприятия в образовательном процессе.
* **Стереотипы медийные (от греческих слов stereos - твердый и typos – отпечаток) (media stereotypes)** – схематичные, усредненные, привычные, стабильные представления о жанрах, социальных процессах/событиях, идеях, людях, доминирующих в медиатекстах, рассчитанных на массовую аудиторию.
* **Сцена** – (scene) – часть медиатекста, ограниченная местом действия.
* **Сценарий** – (script, scenario) – литературная основа медиатекста.
* **Сюжет** – (subject; topic) – содержание действия, «осмысленная фабула» медиатекста.
* **Творчество аудийное (audio creation)** – процесс созидательной деятельности в аудиосфере, основанный на использовании образов звукового ряда, и его предметные результаты (Н.Ф.Хилько, 2000).
* **Творчество аудиовизуальное (audiovisual creation)** – процесс созидательной деятельности в аудиовизуальной сфере, основанный на использовании образов звукозрительного ряда, и его предметные результаты (Н.Ф.Хилько, 2000).
* **Творчество визуальное (visual creation)** – процесс созидательной деятельности в визуальной сфере, основанный на использовании образов зрительного ряда, и его предметные результаты (Н.Ф.Хилько, 2000).
* **Творчество медийное (media creation)** – процесс созидательной деятельности в медиасфере, основанный на использовании образов медийного ряда, и его предметные результаты (Н.Ф.Хилько, 2000).
* **Текст аудийный (audio text)** – сообщение, изложенное в любом виде и жанре, и предназначенное для слухового восприятия аудиторией.
* **Текст аудиовизуальный (audiovisual text)** – сообщение (телепередача, видеоклип, фильм и пр.), изложенное в любом виде и жанре, и предназначенное для одновременного зрительного и слухового восприятия аудиторией.
* **Текст визуальный (visual text)** – сообщение (фотография, немой фильм, плакат и др.), изложенное в любом виде и жанре, и предназначенное только для зрительного восприятия аудиторией.
* **Текст медийный (media text)** – сообщение (телепередача, видеоклип, фильм и пр.), изложенное в любом виде и жанре медиа, и предназначенное для одновременного зрительного и слухового восприятия аудиторией.
* **Тема** – (theme) – жизненный материал медиатекста.
* [**Теория медиаобразования теологическая/религиозная (theological approach)**](http://www.mediagram.ru/dictionary/text_265.html) – Теоретической базой здесь является близкая к этической теологическая теория медиа. Предполагается, что медиа способны формировать определенные духовные, этические/моральные, ценностные принципы аудитории (особенно это касается несовершеннолетних). Из этого вытекает главная цель теологического медиаобразования(J.Pungente, 1999; В.Духанин, 2005 и др.): приобщить аудиторию к той или иной модели поведения, к ценностным ориентациям, отвечающим тем или иным религиозным догматам. Педагогическая стратегия базируется на изучении теологических, мировоззренческих и этических аспектов медиа и медиатекстов. Понятно, что ценностные ориентации в этом случае зависят от ...
* [**Теория медиаобразования идеологическая (ideological approach)**](http://www.mediagram.ru/dictionary/text_257.html) – Теоретической базой тут является идеологическая теория медиа. Предполагается, что медиа способны целенаправленно манипулировать общественным мнением, в том числе в интересах того или иного социального класса, расы или нации. Несовершеннолетняя аудитория становится самой легкой мишенью для воздействия с помощью медиа. Отсюда следует приоритетная цель медиаобразования: вызвать у аудитории желание изменить систему массовой коммуникации (если у власти в стране находятся силы, далекие от идеологических взглядов их оппонентов), или, наоборот, внушить, что сложившаяся система медиа - самая лучшая (если власть в государстве принадлежит лидерам, исповедующим «нужную» идеологию); в этом случае усиленно критикуется медиакультура ...
* [**Теория медиаобразования как источника «удовлетворения потребностей» аудитории (uses and gratifications approach)**](http://www.mediagram.ru/dictionary/text_258.html) – Теоретической основой здесь служит теория «потребления и удовлетворения» в области медиа. Имеется в виду, что влияние медиа на аудиторию ограничено, учащиеся могут сами правильно выбрать и оценить медиатекст в соответствии со своими потребностями. Следовательно, приоритетная цель медиаобразования видится в том, чтобы помочь аудитории извлекать из медиа максимум пользы в соответствии со своими желаниями и склонностями. Данная концепция медиаобразования полностью противоположна «инъекционной/предохранительной». Если первая сконцентрирована на отрицательном влиянии медиа, то вторая – на его положительном, полезном эффекте. В тоже время, теория медиаобразования как источника удовлетворения потребностей в чем-то близка к теории ...
* [**Теория медиаобразования как развития «критического мышления» (critical thinking approach, critical autonomy approach, critical democratic approach, le jugement critique, l’esprit critique, representational paradigm)**](http://www.mediagram.ru/dictionary/text_259.html) – Термин «критическое мышление» определяется Американской философской ассоциацией (APA) следующим образом: «целеустремленное, саморегулирующееся суждение, которое завершается интерпретацией, анализом, оценкой и интерактивностью, также как объяснением очевидных, концептуальных, методологических, или контекстных соображений, на которых основано это суждение. … Идеальное критическое мышление человека обычно связано с любознательностью, хорошей осведомленностью, причиной доверия, непредубежденностью, гибкостью, справедливостью в оценке, честностью в столкновении с личными предубеждениями, благоразумием в суждениях, желанием пересматривать, прояснять проблемы и сложные вопросы, тщательностью в поиске нужной информации, ...
* **Теория медиаобразования культурологическая (cultural studies approach)** – В качестве теоретической основы здесь используется культурологическая теория медиа. Утверждается, что медиа, скорее, предлагают, чем навязывают интерпретацию медиатекстов. Аудитория всегда находится в процессе диалога с медиатекстами и их оценивания (Piette & Giroux, 1997). Аудитория не просто «считывает» информацию, а вкладывает различные смыслы в воспринимаемые медиатексты, самостоятельно их анализирует. Отсюда вытекает главная цель медиаобразования: помочь учащимся понять, как медиа могут обогатить восприятие, знания и т.д. аудитории(C.Bazalgette, 1992; A.Hart, 1998 и др.).
* [**Теория медиаобразования практико-ориентированная (practical approach, technology approach, hands-on making approach)**](http://www.mediagram.ru/dictionary/text_261.html) – Известна также под названием «медиаобразование как «таблица умножения» (то есть имеется в виду, что практическое умение работать с медийной аппаратурой учащимся надо знать также хорошо, как таблицу умножения). Теоретической базой здесь служит адаптированная теория «потребления и удовлетворения» в области медиа (например, дети интересуются медиатехникой, значит, надо удовлетворить их потребности – научить их фотографировать, снимать фильмы на кино/видеопленку, создавать интернетные сайты, монтировать, озвучивать их и т.д.). «Практические» медиапедагоги считают, что проблема влияния медиа на аудиторию не является ключевой, главное - обучить школьников, студентов (или учителей) использовать медиааппаратуру. ...
* **Теория медиаобразования протекционистская («инъекционная», «защитная», «прививочная») (protectionist approach, inoculatory approach, inoculative approach, hypodermic needle approach, civil defense approach, l’approche vaccinatoire)** – Ее основа - «инъекционная» теория медиа. Данную теорию часто называют также «протекционистской» (предохранительной от вредных воздействий медиа), «теорией гражданской защиты» (то есть опять-таки защиты от медиа) или теорией «культурных ценностей» (имеется в виду, что негативному воздействию медиа противопоставляются «вечные ценности классического культурного наследия» (к примеру, искусство античности или ренессанса). Предполагается, что медиа оказывает очень сильное прямое, в основном негативное воздействие на аудиторию. К примеру, школьники «внедряют» в жизнь приемы насилия, увиденные на экране. Аудитория состоит из массы пассивных потребителей, которые, как правило, не могут понять сути медиатекста.
* [**Теория медиаобразования семиотическая (semiotic approach, le decodage des medias)**](http://www.mediagram.ru/dictionary/text_263.html) – Эта теория опирается на труды теоретиков медиа семитического (структуралистского) направления, как Р.Барт (R.Barthes, 1964; К.Metz, 1964 и др.). Медиапедагоги-«семиотики» утверждают, что медиа часто стремятся завуалировать многозначный знаковый характер своих текстов, а это угрожает свободе потребления информации. Аудитория, в первую очередь, детская, слишком пассивна по отношению к «чтению» медиатекстов, поэтому цель медиаобразования в том, чтобы помочь учащимся «правильно читать» медиатекст. Основным содержанием медиаобразования становятся коды и «грамматика» медиатекста, то есть язык медиа, а педагогической стратегией - обучение правилам декодирования медиатекста, описания ...
* [**Теория медиаобразования социокультурная (social and cultural approach)**](http://www.mediagram.ru/dictionary/text_264.html) – теория, теоретическая база которой основана на двух компонентах - культурологическом (необходимость образования как результат развития медиакультуры) и социологическом (как результат осознания в педагогике значимости социальной роли медиа). Основные положения социокультурной теории медиаобразования можно представить следующим образом: 1) развитие медиа закономерно приводит к необходимости возникновения специального профессионального образования в каждой новой сфере, связанной с появлением новых СМК; 2) учитывая массовость медиааудитории, у профессионалов, в первую очередь, преподавателей специальных медиадисциплин, возникает потребность обучать более широкие слои населения языку медиа; 3) эта тенденция ...
* [**Теория медиаобразования экологическая (ecologic approach, therapy approach)**](http://www.mediagram.ru/dictionary/text_266.html) – Эта теория опирается на труды известных ученых экологов и философов (В.И.Вернадского, Л.Н.Гумилева и др.). Медиапедагоги-«экологи» убеждены, что необходимо развитие экологии медийного восприятия как составной части медиаграмотности человека, предполагающей терапевтическую умеренность в просмотрах, контроль и ограничения, критический анализ медиатекстов, «использование экологической стратегии противодействия насилию и изображению патологий с экрана, виртуальному взаимодействию через компьютер, и, самое главное, сохранению духовно-эстетической ориентации в рамках собственной зрительской концепции» (Хилько, 2001). Основное содержание «экологического медиаобразования» представляет собой синтез положений, взятых из ...
* [**Теория медиаобразования эстетическая (художественная) (aesthetical approach, media as popular arts approach, discriminatory approach)**](http://www.mediagram.ru/dictionary/text_267.html) – Теоретическая база здесь во многом совпадает с культурологической теорией медиаобразования. Однако главная цель медиаобразования видится в том, чтобы помочь аудитории понять основные законы и язык спектра медиатекстов, имеющих прямое отношение к искусству, развить эстетическое/художественное восприятие и вкус, способности к квалифицированному художественному анализу. Вот почему основное содержание медиаобразования опирается на изучение языка медиакультуры, авторского мира создателя художественного медиатекста, историю медиакультуры (историю киноискусства, художественного телевидения и т.д.). Педагоги стремятся здесь научить школьников и студентов критическому анализу художественных медиатекстов, их интерпретации и ...
* **Теория медиаобразования этическая (ethic approach, moral approach)** – Теоретической базой здесь является этическая теория медиа. Предполагается, что медиа способны формировать определенные этические/моральные принципы аудитории (особенно это касается несовершеннолетних). Из этого вытекает главная цель этического медиаобразования: приобщить аудиторию к той или иной этической модели поведения (отвечающей, к примеру, конкретной религии, уровню развития цивилизации, демократии и т.д.). Педагогическая стратегия базируется на изучении этических аспектов медиа и медиатекстов (Урицкий, 1954; Пензин, 1987 и др.).
* **Терроризм информационный (information terrorism)** – целенаправленное, планомерное, систематическое использование возможностей средств массовой информации для создания и тиражирования чувств страха (ужаса, беспокойства, тревоги) и распространения их в информационном пространстве в целях манипулирования общественным сознанием (В.В.Цыганов, 2004).
* **Терроризм медийный (media terrorism)** – целенаправленное, планомерное, систематическое использование возможностей средств массовой информации (масс-медиа) для создания и тиражирования чувств страха (ужаса, беспокойства, тревоги) и распространения их в информационном пространстве в целях манипулирования общественным сознанием (В.В.Цыганов, 2004).
* **Технологии аудиовизуальные (visual technologies)** – совокупность методов, аудиовизуальных средств, обеспечивающих осуществление сбора, хранения, переработки и передачи аудиовизуальной информации.
* **Технологии информационно-коммуникационные – ИКТ (information & communication technologies - ICT)** – совокупность методов и средств сбора, обработки, хранения и распространения звуковой, графической, текстовой и цифровой информации в интересах пользователей; совокупность сопутствующих коммуникационных средств (О.Н.Вершинская, 2007).
* **Технологии информационные (information technologies)** – совокупность математических и кибернетических методов, технических средств, обеспечивающих осуществление сбора, хранения, переработки и передачи информации.
* **Технологии коммуникационные (communication technologies)** – технологии, предназначенные для обеспечения оперативной связи и доступа к информационным ресурсам в любой отрасли знаний без ограничения по объему и скорости.
* **Технологии медийные (media technologies)** – способы создания медиатекстов с помощью комплекса медиатехники.
* **Технологии мультимедийные (multimedia technologies)** – способы подготовки электронных документов, включающих визуальные и аудиоэффекты, мультипрограммирование различных ситуаций под единым управлением интерактивного программного обеспечения (М.Кирмайер). Под средствами мультимедиа понимают комплекс аппаратных и программных средств, позволяющих пользователю общаться с компьютером, используя самые разные среды: графику, гипертекст, звук, анимацию, видео (М.В.Воронов, А.Н.Блинов, В.И.Пименов).
* **Технологии обучения аудиовизуальные (audiovisual educational technologies)** – способы построения деятельности с применением аудиовизуальных средств для достижения педагогических целей.
* **Технологии обучения информационные (information educational technologies)** – совокупность современной компьютерной и медийной техники, средств телекоммуникационной связи, инструментальных программных средств, обеспечивающих интерактивное программно-методическое сопровождение современных технологий обучения. Основными задачами современных информационных технологий являются разработка интерактивных сред управления процессом познавательной деятельности и доступа к современным информационно-образовательным ресурсам (мультимедиа учебникам и учебникам, построенным на основе гипертекста, различным базам данных, обучающим сайтам и другим источникам).
* [**Технологии обучения компьютерные (computer educational technologies)**](http://www.mediagram.ru/dictionary/text_279.html) – совокупность методов, приемов, способов создания педагогических условий работы на основе компьютерной техники, средств телекоммуникационной связи и интерактивного программного продукта, моделирующих часть функций педагога по представлению, передаче и сбору информации, организации контроля и управления познавательной деятельностью. Применение компьютерных технологий позволяет видоизменить весь процесс обучения, реализовать модель личностно-ориентированного обучения. Современные средства обучения (компьютеры, телекоммуникационные средства связи, необходимое интерактивное программное и методическое обеспечение) предоставляют возможность интенсификации занятий разных форм обучения, но имеют наибольшее значение для ...
* **Технологии обучения медийные (media educational technologies)** – способы построения деятельности с применением медиа для достижения педагогических целей.
* [**Условия организации информационного образования (conditions for information education):**](http://www.mediagram.ru/dictionary/text_304.html) – 1) внедрение в учебные планы образовательных учреждений всех типов специальной учебной дисциплины «Основы информационной культуры личности», призванной сформировать у учащихся целостную систему знаний и умений в области информационного самообеспечения. Данная учебная дисциплина должна получить статус обязательной в структуре учебных планов образовательных учреждений; 2) наличие учебно-программного (тематических планов, учебных программ), учебно-теоретического (учебников, учебных пособий), учебно-практического (сборников упражнений, практических заданий, практикумов, тренингов, деловых игр и т.п.), учебно-методического обеспечения (методические разработки уроков, ...
* **Условность медиатекста** – (convention) – элементы кода, общепринятый способ извещения о специфическом значении той или иной части медиатекста.
* **Фабула** – (plot, story) – цепь событий в сюжете медиатекста.
* **Фандрайзинг медийный (media fundrising)** – формирование бюджета медийного проекта из различных источников (государственных, спонсорских, грантовых, личных и пр.).
* **Фильмотека (film library)** – частная или публичная коллекция, фильмофонд (в том числе и в электронном виде, в интернете). Близкие понятия: библиотека, медиатека, фонотека, фототека, видеотека.
* **Фокус-группа медийная (media focus group)** – выбранная по определенным признакам аудитория для изучения реакции на ту или иную информацию, медиатекст. Методы сбора данных о реакциях, мнениях фокус-группы зависят от конкретных целей исследования.
* **Фонотека (sound library)** – частная или публичная коллекция, фонд звуковых текстов (в том числе и в электронном виде, в интернете). Близкие понятия: библиотека, медиатека, фонотека, фототека, видеотека.
* **Формы медиаобразования** – (forms of media education): интеграция в традиционные учебные предметы, автономные курсы, кружки, медиа/киностудии, медиа/киноклубы и др.
* **Фототека (photo library)** – частная или публичная коллекция, фонд фотографий, слайдов (в том числе и в электронном виде, в интернете). Близкие понятия: библиотека, медиатека, фототека, видеотека.
* **Фраза монтажная** – (cutting phrase)– последовательность кадров, объединенных общим смыслом.
* **Функции информации (information functions)** – познавательная, социальная, психологическая, регулятивная, воздействующая, культурологическая, прогностическая, манипулятивная, развлекательная и др.
* **Функции коммуникации (communication functions)** – информационная, познавательная, социальная, психологическая, регулятивная, воздействующая, культурологическая, прогностическая, манипулятивная, развлекательная и др.
* **Функции медиакритики (media criticism functions)** – информационно-коммуникативная, просветительская, познавательная, регулятивная, коррекционная, социально-организаторская, коммерческая, культурологическая, манипулятивная и др.
* **Функции медиаобразования (media education functions)** – информационно-коммуникативная, просветительская, познавательная, коррекционная, социальная, психологическая, культурологическая, эстетическая, этическая, практико-ориентированная и др.
* **Функции медийные (media functions)** – информационная, познавательная, социальная, психологическая, регулятивная, воздействующая, культурологическая, прогностическая, манипулятивная, развлекательная и др.
* **Чат (chat)** – сетевая форма общения on-line.
* **Экология медийная (media ecology)** – раздел духовной экологии, в котором рассматриваются основные принципы медийного репертуара, культуры медиавосприятия; создание своеобразного иммунитета против низкокачественных медиатекстов, приобщение к медиакультуре, овладение духовно-нравственными и эстетическими критериями оценки медийных образов (Н.Ф.Хилько, 2000).
* **Эпизод** – (episode) – часть медиатекста, состоящая из одной или нескольких сцен, которые объединены общей темой, общим конфликтом.
* **Эффект информационный (information effect)** – различного рода (психологическое, этическое, эстетическое, терапевтическое и др.) воздействие, влияние информации на аудиторию. Аналог: медийное воздействие.
* **Эффект медийный (media effect)** – различного рода (психологическое, этическое, эстетическое, терапевтическое и др.) воздействие, влияние медиа и медиатекстов на аудиторию. Аналог: медийное воздействие.
* **Язык аудийный (audio language)** – комплекс средств и приемов аудиовыразительности и коммуникации.
* **Язык аудиовизуальный (audiovisual language)** – комплекс средств и приемов аудиовизуальной выразительности и коммуникации.
* **Язык визуальный (visual language)** – комплекс средств и приемов визуальной выразительности и коммуникации.
* **Язык информации (information language)** – комплекс средств и приемов информационного общения.
* **Язык коммуникации (communication language)** – комплекс средств и приемов общения.
* **Язык медиа** – (discourse, media language) - комплекс средств и приемов экранной выразительности.
* **Язык медийный (media language)** – комплекс средств и приемов медийной выразительности и коммуникации.