**А**

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

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

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

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

***Анализ медиатекста 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.

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

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

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

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

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

***Анализ медиа и медиатекста культивационный (cultivation analysis of media and media text)*** – анализ содержания медиа и медиатекстов с опорой на исследование социокультурного контекста и исследования масс-медиа. 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 text)*** – выявление и анализ мифологизации (в том числе в рамках так называемых фольклорных источников – сказок, «городских легенд» и т.д.) стереотипов фабул, тем, персонажей и т.д. в конкретном медиатексте.

***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.

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

***Анализ медиатекста семиотический (semiological analysis of media text)*** – анализ языка знаков и символов в медиатекстах; данный анализ тесно связан с иконографическим анализом. Семиотический анализ медиатекста в учебных целях опирается на семиотическую теорию медиаобразования ***(semiotic approach, le decodage des medias),*** обоснованную в трудах таких теоретиков медиа семитического (структуралистского) направления.

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

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

***Анализ медиатекста сюжетный/повествовательный (narrative analysis of media text)*** – анализ сюжетов, фабул медиатекстов. Сюжетный анализ тесно связан со структурным, мифологическим, семиотическим и другими видами анализа медиа и медиатекстов.

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

**Б**

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

***Банк данных (data bank)*** – совокупность баз данных.

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

***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. **Аналоги, близкие понятия:** ***интернет-безопасность (internet safety), информационная безопасность (information safety, information protection), информационная защита (information protection/safety).***

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

**В**

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

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

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

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

***Видеотекст (video text)*** – аудиовизуальное или видеосообщение, 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.

***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. **Термин *аудиовизуальное воспитание* близок к терминам** ***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.

***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. **Близкое понятие:** ***зрительное восприятие.***

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

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

***Восприятие медийное (media perception)*** – способность человека к выявлению в медиатексте смысловых, образных взаимосвязей между единицами повествования (событиями, сценами, эпизодами); установления в них (художественных) закономерностей, конфликтов, кульминаций; ощущение атмосферы чувств, значений, ассоциаций; определение своего отношения к системе взглядов авторов медиатекста.

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

**Г**

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

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

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

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

**Д**

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

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

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

**Е**

***Единицы, смысловые части медиатекста (parts of media text’s meaning)*** - события, сцены, эпизоды, кадры, элементы композиции, создающие единый медиатекст.

**Ж**

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

**З**

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

**И**

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

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

***Интерактивность медийная (media interactivity)*** – медиатексты с предусмотренными авторами возможностями для прямой/живой обратной связи, диалога с 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).

***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.

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

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

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

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

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

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

**К**

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

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

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

***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.

***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.

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

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

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

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

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

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

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

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

***Культура аудиовизуальная (audiovisual culture)*** – совокупность материальных и интеллектуальных ценностей в области аудиовизуальных медиа, а также исторически определенная система их воспроизводства и функционирования в социуме; по отношению к аудитории аудиовизуальная культура может выступать системой уровней развития личности человека, способного воспринимать, анализировать, оценивать аудиовизуальный медиатекст, заниматься аудиовизуальным 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)*** – 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 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, сокращение медиатекста.

**Л**

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

**М**

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

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

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

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

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

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

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

***Медиавосприятие (media perception)*** – восприятие «медиареальности», чувств и мыслей авторов медиатекстов.

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

***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.

***Медиаграмотность (media literacy)*** – результат процесса медиаобразования (media education).

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

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

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

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

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

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

***Медиакомпетентность педагога (educator’s media competence)*** – совокупность его мотивов, знаний, умений, способностей (показатели: мотивационный, информационный, методический, практико-операционный/деятельностный, креативный), способствующих медиаобразовательной деятельности в аудитории различного возраст.

***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. **Близкое понятие –** ***кинокритика (film criticism).***

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

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

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

***Медиаобразование (media education)*** - процесс развития личности с помощью и на материале средств массовой коммуникации (медиа) с целью формирования культуры общения с медиа, творческих, коммуникативных способностей, критического мышления, умений полноценного восприятия, интерпретации, анализа и оценки медиатекстов, обучения различным формам самовыражения при помощи медиатехники. Обретенная в результате этого процесса медиаграмотность помогает человеку активно использовать возможности информационного поля телевидения, радио, видео, кинематографа, прессы, Интернета. Содержание медиаобразования: основы искусствоведения в медиасфере (виды и жанры медиа, функции медиа в социуме, язык медиа, история медиакультуры и т.д.), сведения об основных областях применения теоретических знаний (профессиональные средства массовой информации, любительская медиасфера, каналы распространения медиа, киноклубные движения в медиасфере, учреждения досуга, образовательные учреждения и т.д.), практические творческие задания на медиаматериале».

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

***Медиаобразование (media education)*** связано со всеми видами медиа (печатными и графическими, звуковыми, экранными и т.д.) и различными технологиями; оно дает возможность людям понять, как массовая коммуникация используется в их социумах, овладеть способностями использования медиа в коммуникации с другими людьми; обеспечивает человеку знание того, как: 1) анализировать, критически осмысливать и создавать медиатексты; 2) определять источники медиатекстов, их политические, социальные, коммерческие и/или культурные интересы, их контекст; 3) интерпретировать медиатексты и ценности, распространяемые медиа; 4) отбирать соответствующие медиа для создания и распространения своих собственных медиатекстов и обретения заинтересованной в них аудитории; 5) получить возможность свободного доступа к медиа, как для восприятия, так и для продукции. Медиаобразование является частью основных прав каждого гражданина любой страны мира на свободу самовыражения и права на информацию и является инструментом поддержки демократии. … Медиаобразование рекомендуется к внедрению в национальные учебные планы всех государств, в систему дополнительного, неформального и образования в течение всей жизни.

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

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

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

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

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

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

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

***Медиатека (media library, mediateque)*** – учреждение или структурное подразделение учреждения, включающее совокупность фонда медиатекстов на любых носителях и разнообразных информационных, технических средств, мультимедиа; располагает комплексом оборудования для хранения и восприятия медиатекстов различных видов и на разных носителях, читальным залом, где созданы благоприятные условия для индивидуализации и развития исследовательских, поисковых и творческих способностей, повышения профессионального уровня пользователей. **Аналогичные учреждения, структурные подразделения, коллекции,** концентрирующиеся на отдельных медийных носителях, **называются** ***библиотеками*** (медийные носители – книги, пресса), ***видеотеками*** (медийные носители – видеокассеты, диски), ***фонотеками*** (медийные носители – звуковые кассеты, диски), ***фототеками*** (медийные носители – фотографии, слайды).

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

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

***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.

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

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

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

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

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

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

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

***Мышление критическое (critical thinking)*** по отношению к системе медиа и медиатекстам – аналитический процесс, основанный на развитом аудиовизуальном восприятии и мышлении. Данный процесс приводит к интерпретации и оценке смысла (в том числе и зашифрованного) медиатекста.

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

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

**О**

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

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

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

***Образование/обучение аудиовизуальное (audiovisual education)*** – процесс развития личности с помощью и на материале аудиовизуальных средств (массовой) коммуникации (медиа) с целью формирования культуры общения с медиа, творческих, коммуникативных способностей, критического мышления, умений полноценного восприятия, интерпретации, анализа и оценки медиатекстов, обучения различным формам самовыражения при помощи медиатехники. Обретенная в результате этого процесса ***аудиовизуальная грамотность (audiovisual literacy)*** помогает человеку активно использовать возможности информационного поля телевидения, радио, видео, кинематографа, интернета. Содержание аудиовизуального образования: основы искусствоведения в аудиовизуальной сфере (виды и жанры аудиовизуальных медиа, функции аудиовизуальных медиа в социуме, язык аудиовизуальных медиа, история аудиовизуальной медиакультуры и т.д.), сведения об основных областях применения теоретических знаний (профессиональные аудиовизуальные средства массовой информации, любительская аудиовизуальная медиасфера, каналы распространения аудиовизуальных медиа, учреждения досуга, образовательные учреждения и т.д.), практические творческие задания на аудиовизуальном медиаматериале. **Близкие термины:** ***медиаобразование, медийное образование, информационное образование, обучение.***

***Образование/обучение медийное (media education)*** – процесс развития личности с помощью и на материале средств массовой коммуникации (медиа) с целью формирования культуры общения с медиа, творческих, коммуникативных способностей, критического мышления, умений полноценного восприятия, интерпретации, анализа и оценки медиатекстов, обучения различным формам самовыражения при помощи медиатехники. Обретенная в результате этого процесса медиаграмотность помогает человеку активно использовать возможности информационного поля телевидения, радио, видео, кинематографа, прессы, Интернета. Содержание медиаобразования: основы искусствоведения в медиасфере (виды и жанры медиа, функции медиа в социуме, язык медиа, история медиакультуры и т.д.), сведения об основных областях применения теоретических знаний (профессиональные средства массовой информации, любительская медиасфера, каналы распространения медиа, киноклубные движения в медиасфере, учреждения досуга, образовательные учреждения и т.д.), практические творческие задания на медиаматериале.

**П**

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

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

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

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

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

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

***Понятия медиаобразования ключевые/основные (key concepts of media education)*** – источник медийной информации, медийное агентство (media agency), категория медиа (media category), технология медиа (media technology), медиаязык (media language), аудитория медиа (media audience), медийная репрезентация/переосмысление (media representation) и др.

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

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

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

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

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

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

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

**Р**

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

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

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

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

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

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

***Ресурс электронно-образовательный (ЭОР) (electronic educational resource)*** – информационный образовательный ресурс, хранимый и передаваемый в электронной форме, наиболее общее понятие, относящееся к электронному информационному объекту, предназначенному для использования в образовании.

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

**С**

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

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

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

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

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

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

***Средства массовой информации (mass media)*** – технические средства создания, записи, копирования, тиражирования, хранения и распространения информации для массовой аудитории. В отличие от ***средств массовой коммуникации (mass communication, media)*** здесь не акцентируется внимание на обратной связи с аудиторий, обменом информацией между субъектом (коммуникантом) и объектом (коммуникатором). См. также ***медиа (media).***

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

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

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

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

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

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

***Сценарий (script, scenario)*** – литературная основа медиатекста.

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

**Т**

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

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

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

***Тема (theme)*** – жизненный материал медиатекста.

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

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

* + - адекватное восприятие медиатекстов, как продуктов человеческой деятельности, понимание механизмов их возникновения и тиражирования, их критическая оценка и квалифицированное суждение о них;
		- включенное наблюдение за характером функционирования в обществе средств массовой информации и коммуникации (как системы, так и ее отдельных предприятий), ориентация в них в целях их осознанного выбора и потребления;
		- участие в диалоге с массмедиа на основе современных технических средств;
		- освоение процесса создания медиатекстов на основе участия в медиаобразовательных проектах разной степени масштабности».

***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.

***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.

***Технологии аудиовизуальные (visual technologies)*** – совокупность методов, аудиовизуальных средств, обеспечивающих осуществление сбора, хранения, переработки и передачи аудиовизуальной 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. Под средствами мультимедиа понимают комплекс аппаратных и программных средств, позволяющих пользователю общаться с компьютером, используя самые разные среды: графику, гипертекст, звук, анимацию, видео.

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

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

**У**

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

**Ф**

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

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

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

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

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

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

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

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

**Ц**

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

* + изучение и анализ практики развития медиакультуры (в широком и узком ее смыслах) в обществе;
	+ разработка теоретических и методологических основ развития медиакультуры (концепции, методы/технологии подходов/механизмов решения поставленных в конкретных проектах проблем);
	+ развитие финансовой основы исследований и разработок в области медиакультуры за счет использования фандрайзинга, внебюджетных средств и инновационной деятельности;
	+ создание научной основы мониторинга уровней медиакомпетентности/медиакультуры/медиаграмотности аудитории различного возраста;
	+ создание научно-методологической базы для развития медиаобразования, медиакомпетентности/медиакультуры/медиаграмотности населения;
	+ взаимосвязь и единство учебного и научного процессов, то есть обеспечение подготовки в вузе квалифицированных специалистов и научно-педагогических кадров высшей квалификации (кандидатов наук) в области медиакультуры;
	+ проведение научных конференций и семинаров по тематике медиакультуры, рекламной и пропагандистской деятельности в данной области;
	+ развитие новых, прогрессивных форм инновационной деятельности, научного сотрудничества с научными, образовательными организациями, связанными с тематикой медиакультуры и медиакомпетентности (в том числе – экспертиза научных и тем и инновационных проектов, докторских и кандидатских диссертаций), фондами и другими структурами с целью совместного решения важнейших научных и образовательных задач в области медиакультуры;
	+ расширение международного научно-образовательного сотрудничества с учебными заведениями и организациями зарубежных стран с целью расширения участия в мировой системе образования и исследований в области медиакультуры, медиакомпетентности.

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

* + изучение и анализ медиаобразовательного опыта;
	+ разработка теоретических и методологических основ развития медиаобразования (концепции, методы/технологии подходов/механизмов решения поставленных в конкретных проектах проблем);
	+ развитие финансовой основы медиаобразовательных исследований и разработок за счет использования фандрайзинга, внебюджетных средств и инновационной деятельности;
	+ создание научной основы мониторинга уровней медиакомпетентности аудитории различного возраста;
	+ создание научно-методологической базы для развития медиаобразования и медиакомпетентности подрастающего поколения, прежде всего – студентов, будущих учителей;
	+ расширение международного научно-образовательного сотрудничества с учебными заведениями и организациями зарубежных стран с целью расширения участия в мировой системе медиаобразования и исследований в области медиапедагогики, медиакультуры, медиакомпетентности.

**Ч**

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

**Э**

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

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

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

**Я**

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

***Язык аудийный (audio language)*** – комплекс средств и приемов аудиовыразительности и коммуникации.

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

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

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

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

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