

Світська і теологічна медіаосвітні моделі*

Грунтуючись на проаналізованих моделях медіаосвіти, автор статті вибудовує в узагальненому вигляді два типи моделей медіаосвіти – світську і теологічну, при цьому орієнтуючись не тільки на загальнодидактичні принципи навчання (виховання та всебічний розвиток особистості в процесі занять, науковість, доступність, систематичність, зв'язок теорії з практикою, наочність, перехід від навчання до самоосвіти, зв'язок навчання з життям, міцність результатів навчання, позитивний емоційний фон, облік індивідуальних особливостей учнів і т. ін.), але і специфічні, пов'язані з матеріалом медіа.

Ключові слова: медіаосвіта, світська модель, теологічна модель, школярі, студенти, школи, вузи.

В течение многих лет медиапедагоги вели спор о том, при каких условиях медиаобразование может быть наиболее эффективным. К примеру, были и есть последовательные сторонники внеурочной/внечласной медиапедагогики (И. Левшина). И напротив, сторонники медиаобразования, интегрированного в базовое (Л. Зазнобина, С. Гудилина, А. Журин, С. Иванова, К. Тихомирова, С. Bazalgette, A. Hart и др.), последовательно выступающие за внедрение медиапедагогических задач в теорию, практику преподавания основных учебных дисциплин.

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

Цель статьи – разработать и обосновать типологию моделей медиаобразования с помощью решения следующих задач: систематизации существующих моделей медиаобразования различных групп; анализа синтетической природы выявленных типов; их описания по заданному алгоритму.

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

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

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

✓ *теологические модели* (рассмотрение религиозных, моральных, философских проблем на материале медиа), опирающиеся в основном на

религиозную, этическую, протекционистскую и др. теории медиаобразования;

✓ *практико-утилитарные модели* (практическое изучение и применение медиатехники), опирающиеся в основном на теорию «потребления и удовлетворения» и практическую теорию медиаобразования;

✓ *эстетические модели* (ориентированные, прежде всего, на 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.

Наш анализ показал, что в значительной степени с моделью К. Бэзэлгэт [С. Bazalgette], Д. Букингэма [D. Buckingham] и Э. Харта [A. Hart] соотносятся и медиаобразовательные концепции Е. Вартановой и Я. Засурского, С. Гудилиной, В. Гуры, Л. Зазнобиной, С. Корконосенко, А. Короченского, Н. Леготиной, А. Спичкина, Н. Хилько, А. Шарикова, Е. Якушиной и других российских медиапедагогов, также (в той или иной степени) синтезирующие социокультурную, образовательно-информационную и практико-утилитарную модели медиаобразования.

Вместе с тем, синтез эстетической и социокультурной моделей, предложенный, к примеру, в моделях Ю. Усова, Ю. Рабиновича и Г. Поличко на сегодняшний день поддерживают в основном российские деятели медиаобразования – Л. Баженова, Е. Бондаренко, В. Монастырский и др.

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



Довольно тесно с моделью Ю. Усова соприкасаются и медиаобразовательные концепции С. Пензина и О. Баранова, представляющие собой синтез эстетической, образовательно-информационной и воспитательно-этической моделей.

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

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

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

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

Группа С. Медиаобразовательные модели, основанные на синтезе социокультурной, образовательно-информационной и практико-утилитарной моделей.

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

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

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

Основываясь на проанализированных выше моделях, можно выстроить в обобщенном виде два типа моделей медиаобразования – светскую и теологическую, при этом ориентируясь не только на общедидактические принципы обучения (воспитание и всестороннее развитие личности в процессе занятий, научность, доступность, систе-

матичность, связь теории с практикой, наглядность, переход от обучения к самообразованию, связь обучения с жизнью, прочность результатов обучения, положительный эмоциональный фон, учет индивидуальных особенностей учащихся и т. д.), но и специфические, связанные с материалом медиа.

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

Светская модель медиаобразования

Определения основных понятий:

Медиаобразование – процесс развития личности с помощью и на материале средств массовой коммуникации (медиа): то есть развития культуры общения с медиа, творческих, коммуникативных способностей, критического мышления, умений полноценного восприятия, интерпретации, анализа и оценки медиатекстов, обучения различным формам самовыражения при помощи медиатехники и т. д. Обретенная в результате медиаобразования медиакомпетентность помогает человеку активно использовать возможности информационного поля телевидения, радио, видео, кинематографа, прессы, Интернета, способствует лучшему пониманию языка медиакультуры.

Аналитическое творческое мышление по отношению к системе медиа и медиатекстам – сложный рефлексивный процесс мышления человека, включающий ассоциативное восприятие, анализ и оценку механизмов функционирования медиа в социуме и медиатекстов (информации/сообщений), в сочетании с аудиовизуальным воображением, виртуальным экспериментированием, логическим и интуитивным прогнозированием в медийной сфере.

Медиакомпетентность личности – совокупность умений (мотивационных, контактных, информационных, перцептивных, интерпретационных/оценочных, практико-операционных/дея-



тельность, креативных) выбирать, использовать, критически анализировать, оценивать, передавать и создавать медиатексты в различных видах, формах и жанрах, анализировать сложные процессы функционирования медиа в социуме.

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

Цели: развитие медиакомпетентности личности, культуры ее общения с медиа, творческих, коммуникативных способностей, аналитического мышления, умений полноценного восприятия, интерпретации, анализа и оценки медиатекстов, обучения различным формам самовыражения при помощи медиатехники, подготовка будущих педагогов к медиаобразованию учащихся в учреждениях различных типов.

Задачи: развитие в аудитории следующих умений:

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

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

✓ аналитических (анализ медиатекстов различных видов и жанров);

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

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

Методы развития медиакомпетентности личности на занятиях медиаобразовательного цикла:

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

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

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

Основные разделы содержания медиаобразовательной программы (касающиеся изучения таких

ключевых понятий медиаобразования, как «медиаобразование», «медиакомпетентность», «медиаграмотность», «агентства медиа», «категории медиа», «технологии медиа», «язык медиа», «репрезентация медиа» и «аудитория медиа» и др.):

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

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

✓ основные исторические этапы развития медиаобразования;

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

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

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

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

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

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

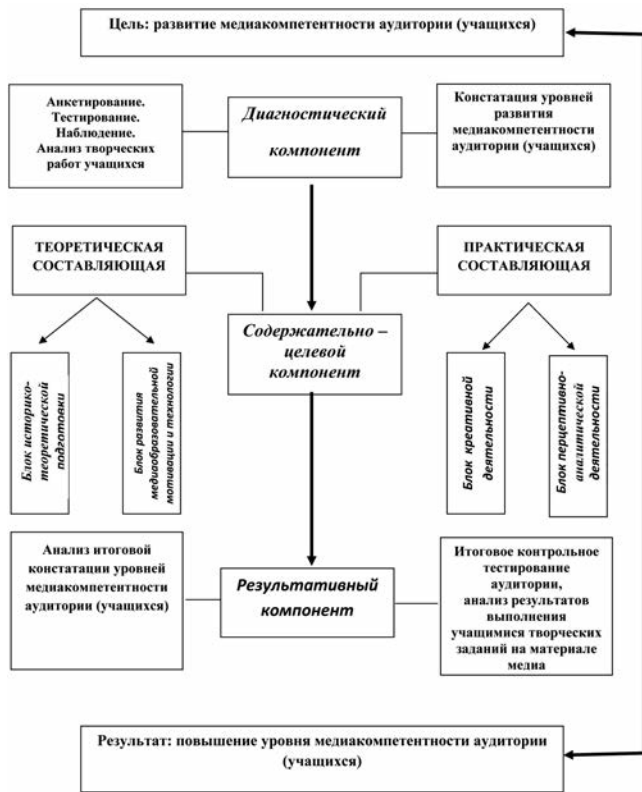
3) *результативный компонент* (блок итоговых анкетирования, тестирования и творческих



работ учащихся и блок-анализ констатации уровня развития аналитического мышления и медиакомпетентности аудитории на финальном этапе обучения).

Рисунок 1.

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



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

Практическая составляющая содержательно-целевого компонента, основанная на принципах, разработанных Ю. Усовым [1, 185–195], предусматривает синтез осмысления медиатекста – сначала эпизода, а потом и всего произведения в целом – в результате образного обобщения элементов звукозрительного и пространственно-временного повествования.

Овладение аудиторией креативными умениями на материале медиа прежде всего связано с новыми творческими возможностями, которые открылись к началу XXI в. в связи с массовым распространением новой аудиовизуальной, компьютерной техники. Разумеется, данный этап предусматривает и традиционные творческие задания для медиаобразования (к примеру, написание статей для

прессы, минисценариев, «экранизации» отрывков литературных произведений и т. д.). Однако главное, что видеокамера, видеомagneтофон, компьютер и монитор позволяют без каких-либо технических трудностей (связанных с зарядкой и проявкой обычной фото/киноплёнки, озвучиванием и пр.) в игровой форме «идентифицировать» себя с авторами произведений медиакультуры (журналистами, продюсерами, сценаристами, режиссерами, актерами, дизайнерами, аниматорами и пр.), что помимо творческих способностей, индивидуального мышления, воображения, фантазии косвенно помогает совершенствованию восприятия и анализа медиатекстов, созданных профессионалами.

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

- ✓ рассмотрение внутреннего содержания ключевых эпизодов, наиболее ярко выявляющих закономерности построения медиатекста в целом;
- ✓ попытку разобраться в логике авторского мышления (целостное воссоздание развития основных конфликтов, характеров, идей, звукопластического ряда и т. д. медиатекста);
- ✓ выявление концепции создателя/создателей медиатекста;
- ✓ оценку аудиторией этой системы авторских взглядов, выражение ею своего личного отношения к данной концепции [1, 253].

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

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



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

Таким образом, в плане подготовки педагогов к медиаобразованию учащихся нужны специфические направления, предусматривающие изучение методов и форм медиаобразования аудитории и использование полученных знаний и умений в области медиаобразования в процессе педагогической практики.

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

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

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

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

4) **перцептивный** (способности к восприятию медиатекстов);

5) **интерпретационный/оценочный** (умения интерпретировать, анализировать медиатексты на основе определенного уровня медиавосприятия, критическая автономия);

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

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

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

1) **мотивационный** (мотивы медиаобразовательной деятельности: эмоциональные, гносеологические, гедонистические, нравственные, 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/технологический** (методические/технологические умения в области медиаобразования, уровень педагогического артистизма);

4) **деятельностный** (качество медиаобразовательной деятельности в процессе учебных занятий разных типов);

5) **креативный** (уровень творческого начала в медиаобразовательной деятельности).

Думается, данная модель отвечает разработанным Ю. Усовым показателям оптимальности (развитие систематических знаний о медиакультуре, умений анализа медиатекстов; учет диалектического единства образования, развития, воспитания; возможности расширения коммуникативности аудитории; ориентация на развитие личности учащихся) [1, 32].

Теологическая модель медиаобразования.

Определения основных понятий:

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

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

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

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

Задачи: обретение аудиторией (учащимися) теологических, историко-теоретических знаний; формирование избирательного (с точки зрения теологической теории медиаобразования) отношения к медийному репертуару; развитие религиозной перцепции (религиозное восприятие медиатекстов разных видов и жанров); обучение критическому размышлению над прочитанным/услышанным/увиденным, соотнесению содержания медиатекстов разных видов и жанров с основами веро-



исповедания и окружающей жизнью; развитие практико-креативных способностей (создание и распространение религиозных медиатекстов различных видов и жанров); развитие методических/технологических способностей (владение методами и формами медиаобразования, различными технологиями использования медиа, создания медиатекстов).

Педагогическая стратегия базируется на изучении теологических, мировоззренческих и этических аспектов медиа и медиатекстов [2]. Понятно, что ценностные ориентации в этом случае зависят от конкретного религиозного контекста, с существенными отличиями для христианской, мусульманской, буддистской или иной веры.

Методы развития религиозной медиакомпетентности личности:

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

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

Основные разделы содержания медиаобразовательной программы:

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

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

✓ основные исторические этапы развития медиаобразования;

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

✓ технологии медиаобразовательных занятий с учащимися.

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

Эту теологическую модель медиаобразования в самом общем виде можно, на наш взгляд, представить в следующем виде (см. Рис. 2):

1) *диагностический (констатирующий) компонент:* констатация уровней теологической

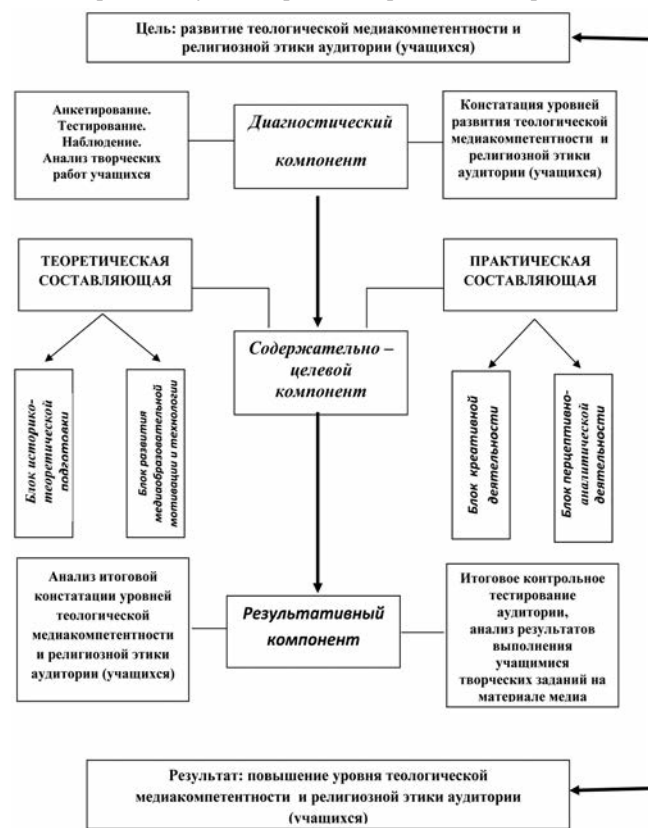
медиакомпетентности и религиозной этики по отношению к медиа и медиатекстам в данной аудитории на начальном этапе обучения;

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

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

Рисунок 2.

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



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



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

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

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

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

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

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

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

Для учителей и будущих педагогов нужны также и показатели развития профессиональных

знаний и умений, необходимых педагогам для теологической медиаобразовательной деятельности:

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

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

3) **методический/технологический** (методические/технологические умения в области медиаобразования, уровень педагогического артистизма);

4) **деятельностный** (качество медиаобразовательной деятельности в процессе учебных занятий разных типов);

5) **креативный** (уровень творческого начала в медиаобразовательной деятельности).

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

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

Подано до редакції 24. 03. 2013 р.

Fedorov Alexander.

Secular and theological media education model.

On the basis of the analyzed models of media education, the author of the article builds two general types of models of media education – secular and theological, while focusing not only on the general didactic principles of learning (upbringing and all-round development of the individual in the learning process, science, clarity, systemity, links between theory and practice, visibility, the transition from education to self-education, links between education and life, strength of education results, positive emotional background, taking into account individual characteristics of students, etc.), but also specific ones connected with the media material.

Keywords: media education, secular model, theological model, pupils, students, schools, higher educational establishments.

Федоров А. В.

Светская и теологическая медиаобразовательные модели.

Основываясь на проанализированных моделях медиаобразования, автор статьи выстраивает в обобщенном виде два типа моделей медиаобразования – светскую и теологическую, при этом ориентируясь не только на общедидактические принципы обучения (воспитание и всестороннее развитие личности в процессе занятий, научность, доступность, систематичность, связь теории с практикой, наглядность, переход от обучения к самообразованию, связь обучения с жизнью, прочность результатов обучения, положительный эмоциональный фон, учет индивидуальных особенностей учащихся и т. д.), но и специфические, связанные с материалом медиа.

Ключевые слова: медиаобразование, светская модель, теологическая модель, школьники, студенты, школы, вузы.

