



СУТНІСТЬ МЕДІАОСВІТНИХ МОДЕЛЕЙ ПРОВІДНИХ КРАЇН ЄВРОПИ

A Розглядається сутність і зміст медіаосвітніх моделей Л. Мастермана, А. Сілверблетта, К. Безелгет, Д. Букінгема і Е. Харта, а також Дж. Поттера.

Метою розвідки є характеристика теоретичних засад медіаосвіти та аналіз базових моделей медіаосвіти провідних європейських країн із тим, щоб у подальшому розробити медіаосвітню модель для формування медіаграмотності та медіакомпетентності майбутніх учителів іноземної мови в Україні.

У ході роботи автор доходить висновку, що найтиповішими є медіаосвітні моделі, що являють собою синтез соціокультурної, освітньо-інформаційної та практико-утилітарної моделей. При цьому медіаосвітні моделі, на кшталт британських, на даний час мають найбільше поширення та підтримку в більшості країн світу, зокрема в Україні.

Ключові слова: медіаосвіта; медіаосвітня модель; освітня програма; поняття; концептуальна основа; Європа

S *Byndas Olena. The Content of Media Educational Models of Leading European Countries.*

This article examines the content of media educational models by L. Masterman, A. Silverblatt, K. Bazalgette, D. Buckingham and E. Hart, as well as J. Potter. The purpose of the survey is to characterize the theoretical foundations of media education and analyze the basic models of media education in leading European countries to further develop a media educational model for the formation of media literacy and media competence of future foreign language teachers in Ukraine. Noted that media education ought to be one of the components of training in higher educational institutions. To prove the need for media education, higher educational students must first understand what is the media education, how it differs from informational education and what skills a higher education applicant can develop during studying it. Therefore, it is important to study the experience of European countries, where close attention to media education is explained by the continuous growth of media consumption, the need to compensate for the effects of manipulative media influences, media dependence, the urgency of media security issues, the demand for media skills, connecting with the media sphere, democracy and active citizenship. During the work the author concludes that the most typical models are media educational models, which are a synthesis of socio-cultural, educational and informational, and practical-utilitarian models. Simultaneously, media educational models, like the British ones, are currently the most widespread and supported in most countries of the world, in particular in Ukraine.

Key words: media education; media educational model; educational program; concepts; conceptual basis; Europe

Биндас Олена Миколаївна, кандидатка педагогічних наук, доцентка, завідувачка кафедри романо-германської філології, ДЗ «Луганський національний університет імені Тараса Шевченка», Україна

Byndas Olena, PhD, Candidate of Science (Education), Associate Professor, Head of the Department of Romance and Germanic Philology, SI «Luhansk Taras Shevchenko National University», Ukraine

E-mail: obyndas@gmail.com

Актуальність проблеми. У сучасному світі, коли технології розвиваються і щодня замінюють одна одну, швидкість поширення інформації іноді може прирівнюватися до швидкості світла. Неперервна телетрансляція, радіо, відеоблоги, соціальні мережі, електронна пошта тощо – інформація оточує нас усюди. Нинішнє покоління значно відрізняється тим, що світ інформації та електронних гаджетів є

для них природним місцем існування. Такий порядок речей ставить перед педагогами відразу кілька цілей: освоїти сучасні технології, впровадити їх в освітній процес і сформувати в учнів і здобувачів вищої освіти медіаграмотність і медіакомпетентність.

Підтверджуємо, що в Україні, як і в усьому світі медіаосвіта активно впроваджується на всіх рівнях, бо це критично

важливо для розвитку суспільства. Критичне мислення і вміння працювати з інформацією – найважливіші якості сучасної людини. Ризики, пов'язані з недоліком медіаграмотності громадян обов'язково проявлять себе в різного роду негативних явищах. Для суспільства – це загроза демократії: дезінформація, маніпуляції фактами, нав'язлива пропаганда [3, с. 12].

Багато дослідників говорять про необхідність введення медіаосвіти в школах як окремого предмета або ж вивчення в рамках вже існуючої програми (наприклад, як частина курсу іноземних мов).

Однак варто зазначити, що медіаосвіта також повинна бути одним зі складників підготовки фахівців у закладах вищої освіти. Для того, щоб довести необхідність медіаосвіти здобувачам вищої освіти, потрібно, перш за все, розібратися в тому, що таке медіаосвіта, чим вона відрізняється від інформаційної освіти та які навички може розвинути здобувач вищої освіти в процесі вивчення курсу. Тому досить важливо наразі вивчати досвід європейських країн, у яких пильна увага до медіаосвіти пояснюється неперервним зростанням медіаспоживання, необхідністю компенсувати наслідки маніпулятивних медійних впливів, медійної залежності, актуальністю проблем медіабезпеки, затребуваністю вмінь, пов'язаних із медійною сферою, в тому числі й у питаннях, пов'язаних із демократією й активною громадянською позицією.

Як свідчить **аналіз попередніх досліджень і публікацій**, теоретичні аспекти та методологічні засади медіаосвіти досліджують вітчизняні й зарубіжні науковці і практики: О. Волошенюк, І. Доніна, А. Іщенко, А. Єрмоленко, М. Кузьміна, В. Кульчинська, Г. Майборода, В. Мантуленко, М. Матвійчук, В. Протопопова, А. Сулім, І. Фатєєва, О. Федоров, Д. Баак (D. Baacke), К. Безелгет, (С. Bazalgette), Р. Хобс (R. Hobbs), Г. Дженкінс (H. Jenkins), С. Коммер (S. Kommer), Р. К'юбі (R. Kubey), Л. Мастерман (L. Masterman), Дж. Поттер (J. Potter), С. Файлітзен (C. Failtzen), Е. Харт (A. Hart) та ін. Підходи до аналізу основних медіаосвітніх теорій і моделей були зроблені пізніше в працях Ж. Гонне (J. Gonnep), Л. Жіру (L. Giroux), і Ж. Пьетта (J. Piette).

Більшість досліджень довело, наприклад, і в цьому ми погоджуємося з П. Лещенко, доцільність використання цифрових онлайн-ігор у навчанні, оскільки ігрова діяльність онлайн стимулює в учнів і здобувачів вищої освіти розвиток базових пізнавальних умінь: швидко мислити, стежити за багатьма елементами одночасно, зберігати значний інформаційний обсяг і впродовж обмеженого часу приймати рішення про ігрові дії. Водночас виникають питання науково-методологічного характеру стосовно складних моментів, що пов'язані з упровадженням комп'ютерних онлайн-ігор у навчальне середовище як при вивченні окремих дисциплін, так і в ході реалізації альтернативного навчання. Актуальним для вітчизняної педагогічної теорії й практики є вивчен-

ня зарубіжного досвіду щодо розвитку цифрового ігровоорієнтованого навчання в освітньому просторі Європи [2, с. 40].

Констатація зростання наукового інтересу до використання цифрових онлайн-ігор у різних видах і формах навчання пояснюється можливостями застосування медіаосвіти як важливого засобу розвитку вмінь XXI століття, а саме когнітивних, креативних, комунікативних, колаборативних.

Мета даної статті: схарактеризувати теоретичні засади медіаосвіти та проаналізувати базові моделі медіаосвіти провідних європейських країн із тим, щоб у подальшому розробити медіаосвітню модель для формування медіаграмотності та медіакомпетентності майбутніх учителів іноземної мови в Україні.

Викладення основного матеріалу. Аналіз теорії і практики медіаосвіти в різних європейських країнах наводить на думку, що в світі немає єдиної теоретичної концепції медіаосвіти.

Розроблені за кордоном моделі медіаосвіти можна, ймовірно, узагальнити в наступному вигляді:

- *освітньо-інформаційні моделі* (вивчення теорії та історії, мови медіакультури тощо), що спираються в основному на культурологічну, естетичну, семіотичну, соціокультурну теорії медіаосвіти;
- *виховно-етичні моделі* (розгляд моральних, релігійних, філософських проблем на матеріалі медіа), які спираються в основному на етичну, релігійну, ідеологічну, екологічну, протекціоністську та ін. теорії медіаосвіти;
- *практико-утилітарні моделі* (практичне вивчення і застосування медіатехніки), що спираються в основному на теорію «споживання і задоволення» та практичну теорію медіаосвіти;
- *естетичні моделі* (орієнтовані насамперед на розвиток художнього смаку й аналізу кращих творів медіакультури), що спираються в основному на естетичну/художню і культурологічну теорії медіаосвіти;
- *соціокультурні моделі* (соціокультурний розвиток творчої особистості в плані сприйняття, уяви, зорової пам'яті, інтерпретації, аналізу, самостійного, критичного мислення по відношенню до медіатекстів будь-яких видів і жанрів), які спираються в основному на соціокультурну, культурологічну, семіотичну, етичну теорії медіаосвіти та теорію розвитку критичного мислення [4].

При цьому дані моделі й теорії далеко не завжди існують у чистому вигляді, але часто пов'язані між собою.

Неперервне зростання медіаспоживання, поява нових інформаційних технологій дозволяє в сучасних умовах успішно застосовувати і розвивати практично багато існуючих моделей медіаосвіти, інтегрувати й синтезувати їх. Для аналізу їхньої сутності ми обрали базові медіаосвітні моделі провідних країн Європи: Німеччини, Великої Британії, Нідерландів і Франції.

Медіаосвітня модель Л. Мастермана (L. Masterman).

Визначення поняття «медіаосвіта». Центральна і універсальна концепція медіаосвіти – переосмислення/репрезентація. Медіаосвіта насамперед – дослідний процес, який не нав'язує будь-які культурні/естетичні цінності. Медіаосвіта базується на вивченні ключових понять, які в більшій мірі є аналітичними інструментами. Ефективність медіаосвіти може бути оцінена двома принциповими критеріями: здатністю учнів застосовувати отримані знання в нових ситуаціях і спектром зобов'язань, інтересів, мотивацій, придбаних аудиторією [6, с. 40–43].

Концептуальна основа: теорія розвитку «критичного мислення», ідеологічна та семіотична теорії медіаосвіти.

Цілі: навчити аудиторію розумінню того, як медіа переосмислює/представляє реальність, «декодувати», критично аналізувати медіатексти, орієнтуватися в інформаційному/ідеологічному потоці сучасного суспільства.

Завдання:

1) навчання аудиторії розуміння того:

– на кому лежить відповідальність за створення медіатекстів, хто володіє засобами масової інформації та контролює їх;

– як досягається необхідний ефект;

– які ціннісні орієнтації створюваного таким чином світу;

– як його сприймає аудиторія [так само, с. 6].

2) розвиток в аудиторії критичного, демократичного мислення, «критичної автономії», вмінь розуміти прихований сенс того чи іншого повідомлення, протистояти маніпулюванню свідомістю індивіда з боку медіа.

Організаційні форми: автономна і інтегрована медіаосвіта в закладах освіти різних типів.

Методи медіаосвіти можна класифікувати за:

1) джерелами одержаних знань: словесні (лекція, розповідь, бесіда, дискусія); наочні (ілюстрація і демонстрація медіатекстів); практичні (виконання різного роду завдань практичного характеру на матеріалі медіа);

2) за рівнем пізнавальної діяльності:

– пояснювально-ілюстративні (повідомлення педагогом певної інформації про медіа, сприйняття і засвоєння цієї інформації аудиторією);

– репродуктивні (розроблення та застосування педагогом різних вправ і завдань на матеріалі медіа для того, щоб учні оволоділи прийомами їхнього вирішення),

– проблемні (проблемний аналіз певних ситуацій або медіатексту з метою розвитку критичного мислення);

– дослідні (організація дослідної діяльності учнів).

При цьому дослідницький метод є для Л. Мастермана провідним.

Основні розділи змісту медіаосвітньої програми (що стосуються вивчення таких ключових понять медіаосвіти як «ідеологія медіа», «агентства медіа», «категорії медіа», «технології медіа», «мова медіа», «репрезентації медіа», «аудиторія медіа» тощо):

– медіаосвітні завдання, інтегровані в базові курси школи/ЗВО;

– медіаосвітні завдання автономного характеру для шкіл/ЗВО.

Наприклад, порівняння декількох типів медійних репрезентацій, дискусія на теми «медіа і пропаганда», «медіа і ідеологія», виявлення подібності та відмінності в аналізі літературних та аудіовізуальних текстів, аналіз медіастерейо-типів і т.д. [там само, с. 51–54].

Області застосування: навчальні установи різних типів.

Медіаосвітня модель А. Сілверблетта (A. Silverblatt).

Визначення поняття «медіаосвіта». Медіаосвіта спрямована на розвиток здібностей людини сприймати, обговорювати, аналізувати та створювати медійну інформацію та отримувати задоволення від цього, розвиток критичного незалежного мислення, розуміння процесу масової комунікації, медійних впливів на аудиторію [8, с. 25].

Концептуальна основа: елементи теорії розвитку критичного мислення та культурологічної, семіотичної, практичної теорії медіаосвіти.

Цілі: розвиток критичної автономії особистості – вміння, які дають можливість школярам/здобувачам освіти бути усвідомлено незалежними від одноманітних переваг медіатекстів. Педагоги заохочують учнів ставити питання про медіа, застосовуючи підходи, що допомагають систематично ідентифікувати повідомлення та їхні цілі.

Завдання: розвиток в аудиторії наступних умінь:

– розрізнення фактів, які піддаються перевірці і цінним твердженнями;

– визначення надійності повідомлення або джерела медіатексту;

– визначення точності повідомлення в медіатексті;

– диференціація гарантованих і негарантованих тверджень у медіатекстах;

– виявлення упередженості в медіатекстах;

– ідентифікація явних і неявних припущень в медіатекстах;

– розпізнавання логічних невідповідностей у медіатекстах;

– визначення сили аргументу автора медіатексту.

Організаційні форми: інтегрована й автономна медіаосвіта в закладах освіти різних типів.

Методи медіаосвіти можна класифікувати за джерелами одержаних знань: словесні (лекція, розповідь, бесіда, дискусія); наочні (ілюстрація і демонстрація медіатекстів); практичні (виконання різного роду завдань практичного характеру на матеріалі медіа).

За рівнем пізнавальної діяльності:

– пояснювально-ілюстративні (повідомлення педагогом певної інформації про медіа, сприйняття та засвоєння цієї інформації аудиторією);

– проблемні (проблемний аналіз певних ситуацій або медіатексту з метою розвитку критичного мислення);

– дослідні (організація дослідної діяльності учнів).

При цьому на заняттях переважають практичні, творчі завдання.

Основні розділи змісту медіаосвітньої програми (що стосуються вивчення таких ключових понять медіаосвіти як «агентства медіа», «категорії медіа», «технології медіа», «мова медіа», «репрезентації медіа» і «аудиторія медіа»):

– медіаосвітні завдання, інтегровані в базові курси шкіл/ЗВО;

– медіаосвітні завдання автономного характеру для шкіл/ЗВО.

До низки таких завдань входять: контент-аналіз, нарративний аналіз, історичний, структурний, жанровий аналіз медіатекстів, аналіз характерів персонажів медіатекстів тощо.

Області застосування: навчальні установи різних типів [там само, с. 48].

Медіаосвітня модель К. Безелгет (К. Bazalgette), Д. Букінгем (D. Buckingham) і Е. Харта (E. Hart).

Визначення поняття «медіаосвіта». У цілому збігається з визначенням, схваленим ЮНЕСКО: «Медіаосвіта (media education) пов'язана з усіма видами медіа (друкованими та графічними, звуковими, екранними і т. д.) і різними технологіями; вона дає можливість людям зрозуміти, як масова комунікація використовується в їхніх соціумах, оволодіти здібностями використання медіа в комунікації з іншими людьми; забезпечує людині знаннями того, як:

1) аналізувати, критично осмислювати і створювати медіатексти;

2) визначати джерела медіатекстів, їхні політичні, соціальні, комерційні або культурні інтереси, їхній контекст;

3) інтерпретувати медіатексти цінності, поширювані медіа;

4) відбирати відповідні медіа для створення і поширення своїх власних медіатекстів і набуття зацікавленості в них аудиторії;

5) отримати можливість вільного доступу до медіа як для сприйняття, так і для продукції.

Медіаосвіта є частиною основних прав кожного громадянина будь-якої країни світу на свободу самовираження і права на інформацію і є інструментом підтримки демократії. Медіаосвіта рекомендується до впровадження в національні навчальні плани всіх держав, у систему додаткової, неформальної та «вічної» освіти» [5, с. 131].

Концептуальна основа: культурологічна, семіотична і практична теорії медіаосвіти.

Цілі: спираючись на шість ключових понять медіаосвіти «агентство медіа» (agency), «категорія медіа» (category), «мова медіа» (language), «технологія медіа» (technology), «репрезентація медіа» (representation), «аудиторія медіа» (audience) – готувати людей до життя в демократичному медійному суспільстві.

Завдання:

– розвивати здатності до сприйняття, «декодування», оцінки, розуміння, аналізу медіатекстів;

– розвивати знання соціальних, культурних, політичних і економічних значень і підтекстів медіатекстів;

– розвивати в аудиторії здатність до критичного мислення;

– розвивати комунікативні здібності особистості;

– навчання людини самовиражатися за допомогою медіа;

– навчання людини ідентифікувати, інтерпретувати медіатексти, експериментувати з різними способами технічного використання медіа, створювати медіапродукти/тексти;

– давати знання з теорії медіа та медіакультури.

Області застосування: навчальні установи різних типів [там само, с. 134].

Цієї медіаосвітньої моделі притримуються багато сучасних медіапедагогів різних країн. Вони вважають, що синтез соціокультурної, освітньо-інформаційної й практико-утилітарної концепції відповідає потребам сьогодення. Сучасні медіаосвітні моделі орієнтуються на максимальне використання потенційних можливостей медіаосвіти залежно від цілей і задач, що стоять перед нею; вони характеризуються варіативністю, можливістю цілісного або фрагментарного впровадження в освітній процес.

Медіаосвітня модель Дж. Поттера (J. Potter).

Визначення поняття «медіаосвіта». Медіаосвіта – шлях до досягнення медіаграмотності, що потребує широкої перспективи, не обмеженої читанням або іншим єдиним навиком. Широка перспектива заснована на розвиненій структурі знання. Ми будемо цю структуру знання, використовуючи наше вміння вибирати інформацію і синтезувати її. Ми можемо весь час збільшувати нашу ступінь грамотності. Медіаграмотність багатовимірна. Ми повинні набувати пізнавальної, емоційної, естетичної та моральної інформації. Медіаграмотні люди здатні бачити набагато більше в конкретному повідомленні. Вони краще розбираються в процесах створення і вибору медіатекстів та в їхньому значенні. Медіаграмотні люди з більшою ймовірністю можуть отримати від медіатекстів те, що вони хочуть. Отже, аудиторія, яка перебуває на вищому рівні медіаграмотності, володіє вищим рівнем розуміння, управління й оцінки медійного світу [7, с. 71].

Концептуальна основа: синтез культурологічної, естетичної, етичної, семіотичної та практичної теорій медіаосвіти.

Цілі: розвинути наше розуміння медіа та їхніх повідомлень; посилювати наш контроль над процесом інтерпретації, отже, підвищувати нашу здатність до оцінки медіа/медіатекстів.

Завдання:

– розвивати здатності до сприйняття, «декодування», оцінки, розуміння, аналізу медіатекстів;

– розвивати знання соціальних, культурних, політичних, етичних, емоційних й економічних значень і підтекстів медіатекстів;

- розвивати в аудиторії здатності до критичного мислення;
- розвивати комунікативні здібності особистості;
- навчити людей самовиражатися за допомогою медіа;
- навчити людей ідентифікувати, інтерпретувати медіатексти, експериментувати з різними способами технічного використання медіа, створювати медіапродукти/тексти;
- давати знання з теорії медіа (наприклад, типологію медійних впливів на аудиторію) і медіакультури.

Організаційні форми: інтегрована та автономна медіаосвіта в закладах освіти різних типів.

Основні розділи змісту медіаосвітньої програми (що стосуються вивчення таких ключових понять медіаосвіти як «агентства медіа», «категорії медіа», «технології медіа», «мова медіа», «репрезентації медіа» і «аудиторія медіа» тощо):

- медіаосвітні завдання, інтегровані в базові курси школи/ЗВО;
- медіаосвітні завдання для автономних курсів в школах/ЗВО.

Наприклад, аудиторії пропонується аналіз:

- схеми персонажів: медіа має справу з персонажами/стереотипами, які ми можемо легко розпізнавати;
- схеми оповідання: це – формули фавул, використовуваних медіа. Вони містять елементи, які переконують нас, що даний медіатекст – вигадана історія про злочин, кримінальні новини, комедія тощо;
- схеми установки на сприйняття, тому що установка впливає на наші очікування;
- тематичні схеми: ці схеми допомагають нам зрозуміти сутність сюжету [там само, с.74].

Області застосування: заклади освіти різних типів.

Моделі медіаосвіти можуть включати такі основні етапи, як: констатація рівнів розвитку і сприйняття творів медіакультури в даній аудиторії; оволодіння школярами креативними вміннями на матеріалі медіа і формування повноцінного сприйняття медіатекстів (з урахуванням їхніх видів і жанрів, зв'язків із різними мистецтвами тощо); розвиток умінь аналізу медіатекстів; знайомство з основними віхами історії медіакультури, із сучасною соціокультурною ситуацією [1, с. 23]. Зазначені етапи є важливими у формуванні медіаграмотності й медіакомпетентності учнів і здобувачів вищої освіти. Сучасні медіаосвітні моделі орієнтуються на максимальне використання потенційних можливостей медіаосвіти в залежності від поставлених цілей і завдань; їм притаманні варіативність, можливість цілісного або фрагментарного впровадження в освітній процес.

Висновки. Отже, на основі аналізу та систематизації наукових джерел виявлено, що в провідних країнах Європи існує ціла низка перспективних медіаосвітніх моделей, які використовуються в процесі освіти і виховання. При цьому аналіз основних європейських моделей показав, що найтипівішими є медіаосвітні моделі, що являють собою синтез соціокультурної, освітньо-інформаційної та практико-утилітарної моделей. При цьому медіаосвітні моделі, на кшталт британських, на даний час мають найбільше поширення і підтримку в більшості країн світу, зокрема в Україні.

Подальшою перспективою роботи вважаємо розроблення і впровадження медіаосвітньої моделі для формування медіаграмотності та медіакомпетентності майбутніх учителів іноземної мови в Україні.

Список використаних джерел

1. Биндас О. М. Специфіка понять «медіаграмотність», «медіакомпетентність» та «медіаосвіта» в підготовці вчителів іноземних мов. *Освіта та педагогічна наука*. 2020. № 3 (175). С. 20–30.
2. Лещенко П. А. Розвиток цифрового ігрово-центрованого навчання в освітньому просторі США. *Імідж сучасного педагога*: електрон. наук. фах. журн. 2018. № 3 (180). С. 40–44.
3. Устименко Т. А. Оцінка медіасередовища закладу освіти як початок дорожньої карти з розвитку медіаграмотності. *Імідж сучасного педагога*: електрон. наук. фах. журн. 2019. № 5 (188). С. 12–16.
4. Шейбе С., Рогоу Ф. Медіаграмотність: підручник для вчителів / пер. з англ. С. Дьома; за заг. ред.: В. Ф. Іванова, О. В. Волошенюк. Київ: Центр Вільної Преси, Академія Української Преси, 2017. 319 с.
5. Bazalgette C., Bevort E., Savino J. (Eds.) *Media Education Worldwide*. Paris: UNESCO, 1992. 256 p.
6. Masterman L. A Rational for Media Education. In Kubey, R. (Ed.), *Media Literacy in the Information Age*. New Brunswick and London: Transaction Publishers, 1997. P. 15–68.
7. Potter J. *Media Literacy*. Thousand Oaks; London: Sage Publication, 2001. 423 p.
8. Silverblatt A. *Media Literacy*. Westport, Connecticut; London: Praeger, 2001. 449 p.

References

1. Byndas, O. M. (2020). Spetsyfika poniat «mediagramotnist», «mediakompetentnist» ta «mediaosvita» v pidhotovtsi vchyteliv inozemnykh mov [Specificity of the Concepts «Media Literacy», «Media Competence» and «Media Education» in the Foreign Language Teachers Training]. *Osvita ta pedahohichna nauka [Education and Pedagogical Sciences]*, 3 (175), 20-30 [in Ukrainian].
2. Leshchenko, P. A. (2018). Rozvytok tsyfrovoho ihro-tsentrovanoho navchannia v osvithnomu prostori SShA [Development of digital game-centered learning in the educational space of the United States]. *Imidzh suchasnoho pedahoha [The image of a modern teacher]*, 3 (180), 40-44 [in Ukrainian].
3. Ustymenko T. A. (2019). Otsinka mediaseredovyschcha zakladu osvity yak pochatok dorozhn'oyi karty z rozvytku mediagramotnosti. *Imidzh suchasnoho pedahoha [The image of a modern teacher]*. 2019. № 5 (188). S. 12-16. [in Ukrainian].
4. Sheibe, S., & Rohou, F. (2017). *Media gramotnist [Media Literacy]: pidruchnyk dlya vchyteliv*. Kyiv: Tsentr Vilnoyi Presy, Akademiya Ukrainyskoyi Presy [in Ukrainian].
5. Bazalgette, C., Bevort, E., & Savino, J. (Eds.). (1992). *Media Education Worldwide*. Paris: UNESCO.
6. Masterman, L. (1997). A Rational for Media Education. In Kubey, R. (Ed.), *Media Literacy in the Information Age* (pp. 15-68). New Brunswick and London: Transaction Publishers.
7. Potter, W. J. (2001). *Media Literacy*. Thousand Oaks; London: Sage Publication.
8. Silverblatt, A. (2001). *Media Literacy*. Westport, Connecticut; London: Praeger.

Дата надходження до редакції
авторського оригіналу: 11.05.2021