

*Чаплінська Ю.С.,*

кандидат психологічних наук,  
старший науковий співробітник  
лабораторії психології масових комунікації та  
медіаосвіти ІСПП НАПН України  
м. Київ

*Череповська Н.І.,*

кандидат психологічних наук,  
старший науковий співробітник  
лабораторії психології масових комунікації та  
медіаосвіти ІСПП НАПН України  
м. Київ

## **ІННОВАЦІЇ В МЕДІАОСВІТІ: МОДИФІКОВАНА МЕТОДИКА “МЕДІАКЛУБ” ДЛЯ СТАРШОКЛАСНИКІВ**

**Анотація.** У статті розглядається методика «Медіаклуб» у рамках інновації в медіаосвіті. Методику представлено як ресурс розвитку аналітичного і критичного мислення учнів, розвитку духовних і моральних цінностей особистості, зміцнення колективу й оптимізації роботи в команді, профілактики адиктивної поведінки підлітків та ін.

Автори модифікували і доповнили методику новими форматами її застосування, що значно розширило її можливості.

Ключові слова: медіаосвіта, інновації, методика «Медіаклуб», інтерпретаційний, ідентифікаційний, геймофікований формати.

**Актуальність** соціального запиту щодо всебічної реформи сучасної української освіти у конкретних змінах є незаперечною. Трансформація школи потребує всебічного оновлення як змісту освіти, так й інноваційних розробок викладання, застосування сучасних технологій і медіаосвітніх у тому числі. Одним з провідних засобів медіаосвіти є використання різноманітного візуального, аудіовізуального медіаконтенту та системи процесуальних методів і прийомів роботи з цим матеріалом.

**Аналіз публікацій** показує, що художній медіаконтент мав місце у психотерапевтичній практиці Б. Вудера, А. Менегетті, Г. Соломона ще наприкінці ХХ ст. [2]. Сучасні психологи розширили роль медіаконтенту від консультативної терапевтичної фільмотерапії (С.А. Красін, 2018), комунікативних, управлінських, командних кіно-тренінгів (О.О. Трус, 2011), групової роботи з подолання травми війни (Н.І. Череповська, 2017) до застосування у позашкільних медіаосвітніх заняттях з дітьми (О. Є. Голубева, Г. В. Мироненко, С. М. Стерденко, 2014) та виховання патріотизму молоді і розвитку критичного мислення (Череповська Н.І., 2017) у форматі методики «Медіаклуб». Отже, навіть короткий огляд невеликої кількості джерел виказує ресурсність медіаконтенту. Проте існує **проблема** актуалізації інноваційних

способів використання медіаконтенту й розширення медіаосвітніх можливостей методики «Медіаклуб» зокрема, для різних завдань освіти.

**Метою** статті є розкрити психологічний потенціал різних форматів проведення занять за допомогою модифікованої методики «Медіаклуб».

### **Виклад основного матеріалу.**

I. Залежно від поставленої педагогічної мети, методика «Медіаклуб» набуває різних способів реалізації, різного процесуального змісту, очікуваного результату й відповідно стає ефективною складовою таких різних медіаосвітніх (й не тільки) технологій, як розвиток аналітичного і критичного мислення учнів, розвиток духовних і моральних цінностей особистості, зміцнення колективу й оптимізація роботи в команді, профілактика деструктивної поведінки підлітків та ін.

Психологічна суть методики полягає у наступному. По-перше, *образно-смісловий формат* медіаконтенту вже сам по собі є неабияким агентом впливу на емоційно-почуттєву сферу особистості. По-друге, *аналіз* переглянутої стрічки формує навички й уміння медіаграмотності: здатність до аналітичної роботи, критичне осмислення сприйнятого, його творчого переосмислення тощо. По-третє, *спільне обговорення* стрічки розвиває не тільки уміння учасників висловлювати свою думку, здатність чути іншого, коректно поводитися під час дискусії, а й підводить їх до самопізнання, набуття нового смислового досвіду [8].

Отже, класичний формат медіаклубу передбачає *процесуальну* і *результативну* частини. Процесуальна частина охоплює 1) підготовчий етап (вступне слово, план роботи) і 2) етап реалізації (перегляд відеоматеріалу, рефлексія емоцій і почуттів щодо сприйнятого, його аналіз, оцінювання і обговорення/дискусія). Результативна частина становить 3) етап завершення (підведення підсумків як переосмислення сприйнятого, фіксація нового – отриманого в ході перегляду, аналізу і обговорення). Це, так званий, **традиційний** формат проведення медіаклубу. Його трискладова структура – вступ, основна частина, завершення – зберігається в інших модифікованих та інноваційних форматах проведення методики [3].

**Рольовий** формат медіаклубу становить аналізування медіаконтенту групами учасників з позицій певних «ролей», які призначаються на підготовчому етапі перед переглядом і презентують такі підходи спрямованого сприймання й обговорення фільму: 1) *«глядацький»* – забезпечує цілісне безпосереднє сприйняття медіапродукту, зосередженість на власних переживаннях та емоціях; акцент: «які думки та почуття виникли?»; 2) *«авторський»* – реалізує тип сприймання медіатексту з позиції його творця(-ів): якою була головна думка твору та яким чином вони реалізовувалися; акцент: «як зроблено?»; 3) *«експертний»* – тип сприймання медіатексту з позиції експерта-спостерігача або групи спостерігачів; це свідомо контрольований, неупереджений, безоцінковий перегляд, що гарантує об'єктивний підхід до аналізу запропонованого медіатексту (у роботі цієї команди глядачів бере участь модератор); акцент робиться на аналізі та критичному, аргументованому оцінюванні медіаконтенту.

У ході спільного обговорення переглянутого фільму спочатку висловлюються «глядачі», потому – «автори» і насамкінець «експерти».

**Інтерпретаційний** формат запозичено з досвіду аналізу світлин у рамках візуальної соціології [9] та модифіковано до потреб перегляду й аналізу фільмів у форматі медіаклубу. Суть формату полягає у застосуванні різних інтерпретаційних підходів щодо сприйнятого з метою уможливити всебічний аналіз візуального медіаконтенту. Розподіл підходів між учасниками щодо перегляду і аналізу фільму здійснюється також на підготовчому етапі.

Основними інтерпретаційними підходами є «гуманістичний», «соціальний», «психологічний», «історичний», «культурологічний», «естетичний», «патріотичний» та інші. Розгляньмо найбільш поширені.

*Гуманістичний* підхід дає змогу інтерпретувати медіатекст з позиції його автора(-ів): «що хотіла сказати одна група людей (авторів) іншій (глядачам)?» (на відміну від ролі «автора(ів)» у попередньому форматі: «як це зроблено?»).

*Соціальний* підхід передбачає виявлення у фільмі проблем соціуму; підхід інтерпретує відображену у фільмі подію як візуалізований аспект реального суспільного життя; аналізує і розкриває різні типи соціальної взаємодії в заданому медіатексті: «спілкування індивідуалізоване», «поруч, але не разом», «велика група, але єдина та спільна», «дружні групи», «ворожі групи», «протистояння/конфлікт» тощо.

*Психологічний* підхід дає можливість акцентувати увагу на переживаннях героїв, їхніх мотивах, діях, вчинках, подвигах; реконструювати психологічний стан героя або, наприклад, провести паралель між психологічними переживаннями героїв минулих історичних подій із світосприйняттям, переживаннями сучасників у схожих ситуаціях.

*Культурологічний* підхід допомагає сфокусувати увагу на культурному аспекті медіатексту. Так, культурне тло, архітектура, символіка, одяг, що потрапляють у кадр, можуть розкрити, уточнити, інформаційно збагатити культурний контекст події; культурологічний підхід інтерпретує співвіднесення дії фільму з відображеними в ньому навколишніми предметно-культурними, технічними, політичними, економічними реаліями.

*Історичний* інтерпретаційний підхід полягає в тому, що будь-які медіатексти, і художні стрічки у тому числі, аналізуються з урахуванням відображених історичних, біографічних подій; висувається гіпотеза значущості впливу минулих подій на перебіг подій сучасності, сучасних подій на майбутні; з'ясовується питання передачі історичної достовірності сюжету, можливих неточностей, причина цих відхилень (здум автора чи його некомпетентність).

*Естетичний* підхід розглядає візуальний медіатекст крізь призму його художності, образної цінності; допомагає розрізнити медіапродукцію за категоріями: «фільм-товар» як зразок масової культури (таких фільмів більшість); «фільм-пропаганда», що також має «право на життя», особливо враховуючи історичні, воєнно-патріотичні контенти; «фільм-твір» – мистецький твір високого художнього ґатунку тощо.

*Патріотичний* інтерпретаційний підхід концентрує увагу на поведінці, висловлюваннях, вчинках кіногероїв з позиції їхньої любові до Батьківщини

(або причини їхньої зради Батьківщини); передбачає виявлення репрезентованих у фільмі проявів таких складових патріотизму особистості, як емоційність, здатність до логічного мислення, відповідальність за свої дії, готовність до вчинку, чин та інше.

*Медіапсихологічний* підхід дає можливість визначити різноманітні технології впливу на емоції, свідомість перцепієнтів; дозволяє уточнити найбільш «ефективні» (візуальні, звукові, музичні) моменти та прийоми, за допомогою яких здійснюються психологічні ефекти впливу на глядача.

Інтерпретаційні підходи не обов'язково застосовувати усі на кожному занятті: треба враховувати зміст медіаконтенту, кількість учасників, їхній досвід у роботі медіаклубу.

**Ідентифікаційний** формат медіаклубу передбачає специфічний підхід свідомого «ототожнення» глядача з кіногероєм (не обов'язково головним) і «проживання» ним сюжетної лінії фільму у процесі перегляду. Цей формат передбачає позицію не зовнішнього спостерігача/глядача, а можливість подумки поставити себе на місце кіногероя, «прожити» його життя і порівняти репрезентовану психологічну модель персонажу з проявами власних переживань щодо заданого сюжету/фрагменту. Суть підходу полягає в тому, щоб приділити більше уваги власним емоціям, почуттям й аналізувати саме їх.

**“Стоп-кадр”** – формат медіаклубу, в якому прийом «стоп-кадр» застосовується у двох різних варіантах:

1 варіант: у процесі перегляду *в потрібний момент модератор зупиняє фільм* і закликає учасників медіаклубу коротко проаналізувати тільки-но сприйнятий і зупинений епізод: він звертає увагу на певні речі, дещо коментує, а також заохочує до аналізування сприйнятого інших; таким чином модератор демонструє учасникам групи, як треба здійснювати аналіз, узагальнення, дає приклад неупередженого ставлення до фільму тощо. Цей формат дуже бажано проводити на перших заняттях для призвичаєння учасників групи щодо суті роботи у форматі медіаклубу.

2 варіант: застосовується, коли фільм переглядався попередньо (вдома, в кінотеатрі). Обговорення ключових моментів фільму починається з перегляду відповідного фрагменту, який виконує роль ілюстрації – візуалізацію обговорюваного. Таку версію «стоп-кадру» можна застосовувати як прийом аргументації в інших форматах медіаклубу.

(Домашній/попередній перегляд може бути запланованим не лише з-за причини довгої тривалості художньої стрічки, на спільний перегляд якої бракує часу, а й тоді, коли є потреба саме у розширеному її обговоренні – підготовленій дискусії).

**«Ілюстрація»** – цей формат проведення медіаклубу на етапі реалізації найбільше відрізняється від усіх попередніх і набуває доцільності тоді, коли необхідно розкрити/засвоїти якусь нову або дослідити конкретну тему. Наприклад, якщо тема заняття або дискусії передбачає з'ясування таких актуальних і соціально гострих питань сьогодення, як-то: «За що боролась Українська повстанська армія?» чи «Роль національного прапора для вояків різних армій» або інше. Особливість формату «ілюстрація» полягає в тому, що

він не має на меті перегляду обов'язково однієї стрічки або її фрагментів. Навпаки, модератор згідно плану роботи може на кожне окреме питання теми почергово демонструвати заготовлені «нарізки» з різних стрічок [7; 8].

Світ невпинно змінюється і з'являються все нові та нові підходи в медіаосвіті, оскільки діти стають більш вибагливі, то з'являється необхідність у розробці актуальних для сьогодення форматів. Тому ми хочемо поділитися з вами новими підходами до проведення медіаклубних занять, а саме ***Гейміфікованим та Квест медіаклубом.***

За даними української Вікіпедії гейміфікація (ігрофікація, геймізація, англ. gamification) – це використання ігрових практик та механізмів у не ігровому контексті для залучення кінцевих користувачів до вирішення проблем. Гейміфікація була вивчена і досліджена у багатьох областях, серед яких: взаємодія з клієнтами, перевірка якості даних, стратегічне бізнес-планування та навчання. Більшість досліджень з ігрофікації показали позитивні тенденції після гейміфікації [1]. На сьогодні використання ігрових механізмів у неігрових контекстах, зокрема в освіті, стає все більш поширеним і надзвичайно ефективним інструментом.

Базуючись на новітніх тенденціях та власному досвіді проведення медіаклубних занять [6], нами розроблено нові, ефективні методики їх проведення, направлені на підвищення толерантного ставлення у дітей до думок та життєвих поглядів інших, часто не схожих на їх позицій, розширенню стратегій їх дій у нових, незвичних ситуаціях, надання можливості проживання різних ролей та моделей поведінки, часто незвичайних та, на перших погляд незрозумілих, задля розширення поведінкового діапазону і обов'язкове оволодіння навичками рефлексії та емпатії.

### ***Гейміфікований медіаклуб.***

Схема проведення гейміфікованого медіаклубу включає в себе такі етапи:

1. *Вступна частина.* В якій вчитель/модератор окреслює план заняття та актуалізує його основну тему.

2. *Перегляд фільму.* В залежності від теми та обраного матеріалу, дана частина може тривати від 5 хвилин до 1,5 години. Якщо обраний вчителем/модератором матеріал триває більше зазначеного часу, його доцільно давати дітям для самостійного перегляду, як домашнє завдання. У такому випадку актуалізацією перед початком програвання стане не етап перегляду, а етап первинного обговорення вже переглянутого вдома матеріалу.

3. *Первинне обговорення.* На даному етапі визначається основна проблематика, її дискусія та обговорення, аналіз сюжету, рефлексія емоцій та почуттів глядачів.

4. *Програвання.* На цьому етапі вчитель/модератор має давати завдання в залежності від теми та напрямку медіаклубного заняття. Приведемо приклади двох технік, які можна використовувати на даному етапі.

- **Терези.** Мета даної техніки – навчити дітей толерантному ставленню до іншої позиції, навіть якщо вони з нею не погоджуються. Цю техніку необхідно використовувати у разі, якщо основний конфлікт медіапродукту, що виноситься на медіаклубне заняття, має два діаметрально

протилежні табори. Наприклад, залучення в медіаклубне заняття фільму «Тарас Бульба», екранізацію однойменної повісті Миколи Васильовича Гоголя, знятий Володимиром Бортко в 2008 році. Конфліктна ситуація, яка виносить на обговорення медіаклубу «Любов до Батьківщини чи любов до жінки?» можна розглянути у техніці «Терези». У такому випадку, учасників медіаклубу необхідно розділити на три умовні групи: перша і друга являють дві «чаші терезів», третя – «суддівська» колегія (яка має бути безпрестрасною, виконувати роль експертів, перебувати у метапозиції). Учні кожної групи згодом «переміщуються» з однієї в іншу, виконуючи при цьому відповідні завдання. Сенс “переміщення” з однієї умовної групи в іншу полягає у тому, щоб діти краще зрозуміли, набули смислового досвіду кожної з конфліктних позицій, представлених у фільмі. Кожен з учасників процесу обов’язково має побувати у суддівській позиції – беспристрасній, для того, щоб побачити сильні та слабкі місця кожної зі сторін.

- **Ролі.** Одними із основних завдань медіаклубного заняття, проведеного в даній техніці, можуть бути розширення арсеналу життєвих ролей учнівської молоді та розвиток емпатії, співчуття і толерантності. Наприклад, мультиплікаційна стрічка «Ходячий замок Хаула», (Японія, 2004, режисер Х. Міядзаки) може стати ілюстрацією того, як складно бути старим, які проблеми виникають у літніх людей, що їм дається складно, а що більш легко, які є переваги та недоліки поважного віку. Всі ці питання можна не просто обговорити, а стимулювати учнів відчувати на собі: дати їм виконувати завдання за умов їхньої «старості» (наприклад, спробувати виконувати завдання зігнути «дугою», з утяжувачами на руках чи ногах, щоб було складно пересуватися). Вони мають вжитися у роль літньої особи і спробувати виконати її – спочатку у своєму, молодому віці, а потім вже у літньому і порівняти.

Техніка «Ролі» також передбачає застосування фільму з багатьма персонажами й можливістю дати учням виконувати завдання із найнезвичних для них ролей: тому, хто є лідером в класі – роль самітника чи «тіхоні», тому, хто старається не «висовуватись» – зіркову роль, «красунчика» чи «душі компанії».

Важливими, на наш погляд, є фільми в яких є люди з фізичними вадами чи недоліками – і дати можливість учням відчувати себе на місці цих людей. Наприклад, закрити їм міцно очі і дати можливість рухатися у просторі, щоб зрозуміти, як це бути сліпим, хоча б 10 хвилин.

5. *Фінальне обговорення.* Дуже важливий етап для рефлексії та усвідомлення набутого у медіаклубі досвіду. Оскільки на попередньому етапі учні грали і отримували новий досвід через розум, проте більше через тіло, то на цьому етапі вчитель/модератор має допомогти їм вивести на усвідомлений рівень всі отриманні інсайти.

Для цього етапу, вчитель може використати такі запитання:

- Розкажіть свої враження після гри?
- Що нового ви для себе винесли чи зрозуміли?
- Які емоції викликали кожне з завдань?
- Що вам сподобалось, а що ні?

- Що було складно, а що легко?
- Що було незвичним, неочікуваним?
- Як ви вважаєте яке завдання викликало найбільшу дискусію і чому саме?
- Чи з'явилися у вас під час гри якісь незвичайні думки?
- Що ви тепер думаєте про фільм, коли самі стали майже його героями?
- А що ви тепер можете сказати про основну ідею фільму / моральну дилему фільму / чому цей фільм нас вчить / основні проблеми, що він піднімає?
- Які ваші враження після сьогоднішнього заняття?

6. *Інтегруюче завдання (необов'язковий етап)*. Ми радимо закінчувати медіаклубне заняття, інтегруючим новий досвід, завданням, яке також може бути направлене на згуртування колективу. Це може бути спільний малюнок, колаж, спільна казка за мотивами нового досвіду чи певні фізичні вправи у яких смисловий акцент буде робитися на взаємну підтримку.

### ***Квест медіаклуб***

Квест (від англ. quest – пошук предметів, пошуки пригод, виконання рицарської обітниці) – спортивно-інтелектуальне змагання, основою якого є послідовне виконання заздалегідь підготовлених завдань командами або окремими гравцями [5]. Під час гри команди вирішують логічні завдання, здійснюють пошук на місцевості, будують оптимальні маршрути переміщення, шукають оригінальні рішення і підказки. Після завершення чергового завдання команди переходять до виконання наступного. Перемагає команда, що виконала всі завдання швидше за інших.

Квест медіаклуб ми пропонуємо виконувати не учнівською молоддю окремого класу, а використовувати значну групу учасників із кількох паралелей чи навіть учнів різних років навчання. Оскільки одним із основних завдань квест медіаклуб є формування командної згуртованості, налагодження комунікації, цінування індивідуальних відмінностей, оскільки виявляє приховані якості, як-то лідерів, інтелектуалів, логістів, вивчає схильності та звички учнів у ситуаціях прийняття швидких і адекватних рішень задля блага команди та спільної цілі. «Екстремальні» – тобто такі, що мають обмеження по часу – етапи дозволяють спільно пережити емоційні сплески, що психологічно зближує учасників події; «інтелектуальні» – ті, що направлені на виконання складних завдань, розрахованих на застосування логіки – етапи дозволяють розвинути ерудицію і виявити спритність; «ігрові» – несуть в собі завдання викликають масу позитивних емоцій і радісних спогадів, сприяють розвитку комунікативних якостей.

Для проведення квест медіаклубу пропонуємо використовувати якомога більшу територію, наприклад, усю будівлю школи.

Схема проведення квест медіаклуб включає в себе такі етапи:

1. *Вступна частина*. В якій вчитель/модератор розповідає окреслює тему сьогоднішнього заняття і пояснює особливості проведення квест медіаклубу.

2. *Перегляд фільму*. В залежності від схеми проведення квест медіаклубу фільм переглядається повністю і тоді гра відбувається за його

мотивами. Або ж фільм залучається до ігрового процесу і демонструється учасникам частинами, як перехід до нового рівня або підказка.

3. *Настановчий.* В якій вчитель/модератор окреслює тему, мету, тип квесту і у відповідності до навчальних потреб та сюжету медіапродукту, визначає коло завдань. Сюжет квесту, що тісно переплітається з переглянутим медіапродуктом має бути ігровим, містити інтригу, пробуджувати цікавість. Завдання мають передбачати пошук, що здійснюється у більш ніж два кроки. Завдання пропонуються в незвичайній формі – загадки, зашифровані послання, які вимагають «приміряння» логіки або ж варіантів вживання у «роль».

На цьому етапі обов'язково визначаються часові рамки як для виконання окремих завдань, так і для квеста в цілому. Чітко проговорюються межі локації, на якій відбувається гра. А також озвучуються критерії оцінювання проходження учасниками завдань.

4. *Реалізації.* На якому учні, поділені на команди виконують завдання, поставлені перед ними грою та вчителем.

5. *Завершення.* На цьому етапі відбувається підсумкове оцінювання діяльності учнів. Оголошення результатів та нагорода переможців.

6. *Рефлексія та висновки.* На цьому етапі можна використовувати листки рефлексії. Запропонувати кожному учню написати на листочку, що найменше 15 тверджень на тему: «Що я сьогодні зрозумів або чому я сьогодні навчився». Дати дітям на виконання цього завдання 10-15 хвилин. А потім запропонувати їм поспілкуватися з іншими учасниками квест медіаклубу і дізнатися, що вони написати у своїх рефлексивних листочках. І якщо комусь сподобається висновок іншого учасника, цим твердження можна буде доповнити свій власний список.

Можна використовувати ще й інший формат, але у випадку, коли кількість учасників квесту незначна. З дітьми можна просто обговорити у колі чого саме вони навчилися в процесі проходження квесту, з якими ресурсами навчилися працювати, які факти дізналися. А також обговорити їх перемогу чи програш. Наголосити на тому, що якщо цього разу їм не вдалося здобути перемогу, то наступного – фортуна обов'язково їм усміхнеться.

Інколи в навчальному процесі можуть також використовуватись **веб-квест**, що побудовані на залученні інформаційних ресурсів Інтернету у вирішення поставлених вчителем завдань. Цей варіант активностей може стати у пригоді вчителю, учні якого не дуже люблять фізичні активності, але з радістю готові “серфити” простори інтернету. Веб-квест допомагає ефективно формувати цілий ряд компетенцій у дітей: соціальних, навчальних, комунікативних, інформаційних. Веб-квест представляє собою досить не простий пошук інформації в мережі. Учасники веб-квесту вчаться використовувати інформаційний простір Інтернет для розширення сфери своєї творчої діяльності. Такий формат можна використовувати у квест медіаклубі, якщо після перегляду фільму запропонувати дітям пошук інформації на певну тематику. Наприклад, розділити дітей на команди, а на дошці вивісити список питань і окреслити часову рамку. Тобто, не просто чия команда дасть правильні відповіді, але й ще, хто це зробить найшвидше. Як варіант питань: у фільмі



використовуватися певний складний термін, запропонувати дітям знайти чітке визначення цього терміну, хто перший ввів його в експлуатацію і т.д.

### **Висновки**

1. Широке застосування образного візуального медіаконтенту у художньому, документальному, анімаційному форматах становить *суть методики* «Медіаклуб».

2. *Універсальність* методики полягає у застосуванні її для різних цілей: від розвитку критичного мислення, медіаграмотності, комунікативних умінь, умінь командної роботи, розширення смислового і практичного досвіду до розвитку духовних і моральних цінностей, самореалізації по відновленню психологічного благополуччя та багато іншого.

3. Методика «Медіаклуб» є *ресурсною*: доки людина має потребу у споживанні візуального медіаконтенту, доти педагоги, медіаосвітяни, соціальні педагоги і науковці будуть розвивати, збагачувати практичний інструментарій відповідно до вимог часу.

### **Література:**

1. Гейміфікація [Електронний ресурс] // Українська Вікіпедія – вільна енциклопедія. – 2018. – Режим доступу до ресурсу: <https://uk.wikipedia.org/wiki/Гейміфікація>.
2. Красин С. Введение в режиссируемую фильмотерапию / С.А. Красин. – Харьков : ФЛП Рубашкин, 2018. 84 с.
3. «Медіаклуб». Позашкільні медіаосвітні заняття // Соціальний педагог.– № 12 (96) / Голубєва О. Є., Мироненко Г. В., Стерденко С. М. – Київ, 2014. – С. 44-49.
4. Трус А.А. Кинотренинг: технология и методика видеообсуждения. – СПб.: Речь. 2011. – 191 с.
5. Квест [Електронний ресурс] // Українська Вікіпедія – вільна енциклопедія. – 2018. – Режим доступу до ресурсу: <https://ru.wikipedia.org/wiki/Квест>
6. Чаплінська Юлія Використання різних підходів фільманалізу у практичній роботі психолога [Текст] / Ю.С. Чаплінська // Проблеми сучасної психології: збірник наукових праць Запорізького національного університету та Інституту психології імені Г.С. Костюка НАПН України / За ред. С.Д. Максименка, Н.Ф. Шевченко, М.Г. Ткалич. – Запоріжжя: ЗНУ, 2018. – No 2 (14) – С. 150-157.
7. Череповська Н.І. Медіаосвітні ресурси розвитку патріотизму і критичного мислення молоді : навчально-методичний посібник / Н.І. Череповська // Національна академія педагогічних наук України, Інститут соціальної та політичної психології. – Кропивницький : Імекс-ЛТД, 2017. – 156 с.
8. Череповська Н.І. Розвиток патріотизму молоді психологічними засобами методики «Медіаклуб» / Проблеми політичної психології: зб. наук. праць / Асоціація політичних психологів України, Інститут соціальної та політичної психології НАПН України; [редакційна колегія: Л.А. Найдьонова, Л.Г. Чорна, І.Т. Батраченко та ін.]. – К.: Міленіум, 2018. – Вип. 7 (21).
9. Штомпка П. Визуальная социология / П. Штомпка. – М. : Логос, 2007. – 168 с.