

DOI: [https://doi.org/10.35387/ucj.1\(7\).2023.122-139](https://doi.org/10.35387/ucj.1(7).2023.122-139)

РОЗВИТОК МЕДІАОСВІТИ У США І КАНАДІ В УМОВАХ ГЛОБАЛІЗАЦІЙНИХ ПРОЦЕСІВ

Гліб Головченко

E-mail: g.golovchenko@gmail.com

<https://orcid.org/0000-0003-1734-6430>

Марина Головченко

E-mail: marinatop101@gmail.com

<https://orcid.org/0009-0008-8459-9917>

Анотація. У статті розкрито вплив розвитку цифрових технологій на стан медіаосвіти у США та Канаді, висвітлено їх переваги і недоліки, доведено, що їхня інтеграція сприяє ефективному провадженню медіаосвіти; відображено сутність медіаосвіти в глобалізаційно-інформаційних умовах та визначено основні напрями медіаосвіти для різних освітніх ланок; здійснено аналіз діяльності громадських медіаосвітніх організацій у досліджуваних країнах. Зважаючи на те, що медіатехнології значно диверсифікувалися до уваги бралися тенденції та моделі використання медіазасобів. Безумовно, роль медіа є надзвичайно важливим, оскільки вони впливають на формування точки зору користувачів з багатьох питань, однак все ж таки вплив медіа не є необмеженим. В галузі медіазасобів відбуваються радикальні зміни. Інтернет-користувачі, які володіють відповідними уміньми й навичками, здатні продукувати різноманітні публікації, здійснювати саморедагування, пошуки, взаємодію та ін. Вони мають в своєму арсеналі інструменти, що дозволяють їм створювати власні креативні та інформативні середовища. На нинішньому етапі розвитку медіазасобів це вже не є проста систематизація, зберігання та поширення знань. Цифрові технології привели до стрімкої появи надзвичайно великого обсягу знань, який називають «вибухом» (Study on the Current Trend, с. 4). Тому результатом медіаосвіти стає глобалізація знань, а в перспективі – створення знанневого суспільства. Сутність медіаосвіти у сучасних умовах багатьма науковцями розглядається як розвиток певних умінь і навичок: аналіз, синтез, класифікація, індукція, дедукція, абстракція. Медіаосвіту важко звести до єдиного знаменника, але спробуємо виокремити її тематичні напрями на сучасному етапі: залучення молоді; підготовка педагогічного персоналу; підтримка батьків; політика; доказова база.

Важливим є заохочувати молодь та інших представників суспільства до відкриття нових і креативних шляхів використання цифрових технологій (блоггінг, веб-дизайн, графічний дизайн, аудіо, відео, цифрові фото та їх редагування) для вираження своїх емоцій, почуттів, думок, спілкування, розвитку медіа навичок та формування суспільства (Digital Literacy Project, 2018). Користь таких програм не можна не оцінити, адже вони охоплюють різні питання медіаосвіти, зокрема недостовірність інформації, право інтелектуальної власності, плагіат, шахрайство, інтернет-безпека. Проте їх найбільшим здобутком є розвиток креативних навичок молоді та формування єдності демократичного суспільства. Також переважна більшість медіаосвітніх зусиль у США і Канаді спрямована на підготовку і навчання, розвиток медіаосвітніх умінь та навичок учителів й розроблення медіаосвітніх навчальних планів. Важливим є те, що медіаосвітні програми спрямовані на підтримку мережі педагогів, котрі впроваджують медіаосвіту, для того, щоб поділитися своїм досвідом, найкращими практиками, організувати конференції та методичні семінари. Починаючи з 1970-х рр., ЮНЕСКО займається популяризацією медіаосвіти, як одним із пріоритетних напрямів своєї діяльності, та фінансує дослідження з медіаосвіти. Її медіаосвітня діяльність знайшла своє відображення у дослідницьких звітах, навчальних планах, політичних ініціативах різних країн. Зокрема, уряди країн активізували свою політику у галузі медіаосвіти,

прийняли відповідні нормативно-інструктивні документи, що регламентують реалізацію медіаосвітніх програм в їхніх державах. У США і Канаді ініціаторами законопроектів стали громадські організації, професійні асоціації педагогів, бібліотекарів, журналістів та ін.

Отже, медіаосвіта у сучасних глобалізаційно-інформаційних умовах є складним, багатоглядним явищем, яке важко звести до єдиного знаменника. Водночас, вона швидко змінюється у відповідь на появу нових технологічних інформаційно-комунікаційних засобів, оперативно реагує на вимоги часу, поповнюючи, розширюючи та поглиблюючи свою сутність.

Ключові слова: медіаосвіта, медіаграмотність, цифрові технології, медіазасоби, інформаційна грамотність, медіапродукція, медіаосвітні програми, медіатехнології.

MEDIA EDUCATION DEVELOPMENT IN THE USA AND CANADA IN THE CONTEXT OF GLOBALIZATION PROCESSES

Glib Golovchenko

E-mail: g.golovchenko@gmail.com
<https://orcid.org/0000-0003-1734-6430>

Maryna Golovchenko

E-mail: marinatop101@gmail.com
<https://orcid.org/0009-0008-8459-9917>

Abstract. *The article reveals the impact of the development of digital technologies on the state of media education in the USA and Canada, highlights their advantages and disadvantages, proves that their integration contributes to the effective implementation of media education; reflects the essence of media education in the globalization and information environment and identifies the main areas of media education for different educational levels; analyzes the activities of public media education organizations in the countries under study. Given that media technologies have diversified significantly, trends and models of media use were taken into account. Indeed, the role of the media is extremely important since it influences the formation of users' opinions on many issues, though the impact of the media is limited. The media industry is undergoing radical changes. Internet users with the appropriate skills can produce a variety of publications and carry out self-editing, search, interaction, etc. They have tools in their arsenal to form creative and informative environments. At the current stage of media development, it is no longer just a matter of organizing, storing, and spreading knowledge. Digital technologies have led to the rapid emergence of an extremely large scope of knowledge, which is called an "explosion" (Study on the Current Trend, p. 4). Therefore, the result of media education is the globalization of knowledge and, in the long run, the creation of a knowledge society.*

The essence of media education in modern conditions is seen by many scholars as the development of certain skills: analysis, synthesis, classification, induction, deduction, and abstraction. It is hard to reduce media education to a single denominator, but let's try to identify its thematic areas at the present stage: youth engagement; teacher training; parental support; policy; and evidence base. It is important to encourage young people and other members of society to discover new and creative ways to use digital technologies (blogging, web design, graphic design, audio, video, digital photos, and editing) to express their emotions, feelings, thoughts, communicate, develop media skills and shape society (Digital Literacy Project, 2018). The benefit of such programs cannot be overemphasized, as they cover various issues of media education, including inaccurate information, intellectual property rights, plagiarism, fraud, and Internet security. However, their greatest achievement is the development of the creative skills of young people and the formation of the unity of a democratic society. Also, the vast majority of media education efforts in the USA and Canada are focused on training and education, developing media education skills and teacher skills, and developing media

education curricula. Media education programs shall aim at supporting a network of educators implementing media education to share their experiences and best practices, organize conferences and methodological seminars.

Since the 1970s, UNESCO has been promoting media education as one of its priority areas of activity and funding research on media education. Its media education activities have been reflected in research reports, curricula, and policy initiatives in different countries. In particular, governments have stepped up their media education policies and adopted relevant regulatory and instructional documents governing the implementation of media education programs in their countries. In the USA and Canada, draft laws were initiated by public organizations, professional associations of educators, librarians, journalists, etc. Thus, media education in today's globalized information environment is a complex, multidimensional phenomenon that is difficult to reduce to a single denominator. At the same time, it is changing rapidly in response to the emergence of new technological information and communication tools, responding promptly to the demands of time, replenishing, expanding, and deepening its essence.

Keywords: *media education, media literacy, digital technologies, media tools, information literacy, media products, media education programs, media technologies.*

Вступ. Медіаосвіту вважають вагомим чинником комунікативного розвитку людства, що розпочала ся з часів виникнення писемного алфавіту, продовжувалася упродовж всього розвитку людства, а з виникненням електронних медіа та розвитком цифрових технологій набула небувалого поширення (Study on the Current Trend, с. 4).

Саме цифрові технології, що розвивалися і продовжують розвиватися з неймовірною швидкістю, змінили сутність сучасних медіа та їх вплив на особу, її працю та суспільство. Домінуюча роль на ринку нині належить новому типу медіа – Інтернету (Ružić 2016, с. 70). Про це свідчать статистичні дані, зокрема 3 млрд із 7 млрд жителів Землі користуються ним повсякденно (Internet World Statistics, 2016). Більш того, цифрові медіа вже «породили» нове покоління – тих, хто з раннього дитинства користується інтернетом. Ці діти почали користуватися комп'ютерами у ранньому віці для перегляду мультфільмів, потім для відео ігор, а згодом для спілкування у соціальних мережах. Вчені почали називати цих дітей «покоління M2» (M2 generation). З кожним роком час, який ці діти проводять у мережі, неухильно зро-

стає. З'явився навіть спеціальний термін – «screening time», що позначає час проведений дитиною за екраном ТБ, монітором комп'ютера чи відео іграми.

Науковцями підраховано, що у 1970-х рр. молодь у США і Канаді витратила від 25 до 28 годин на тиждень для перегляду телевізійних програм. Сучасні американські тінейджери споживають медіапродукцію вже близько 50 годин на тиждень (Hoechsmann, Poyntz. 2012, с.23), що становить 30% від усього обсягу часу. Цікавим є пояснення такого значного збільшення «часу за екраном», запропоноване М. Хоексманном (М. Hoechsmann) та С. Пойнтцем, (S. Poyntz). Вчені вважають, що діти буквально потрапили у пастку медіа через те, що три чверті американських підлітків віком від 8 до 18 років мають у своїх спальнях телевізор, половина з них має доступ до кабельного та супутникового телебачення, а третина – до інтернету (там само). Таким чином, перебуваючи у власних кімнатах діти оточені медіа і, безумовно, це спонукає їх до споживання медіапродукції у таких значних обсягах.

Враховуючи збільшення показника «екранного часу», науковці ретельно здійснюють його моніторинг та вивча-

ють причини, що спонукають його зростання. Так, кожні 5 років Сімейний фонд Кайзера (Keiser Family Foundation) здійснює вивчення основних змін у використанні медіа американськими школярами віком від 8 до 18 років, тобто «поколінням М2». Нині вже пройшло 3 хвили анкетування учнів (1999 р., 2004 р., 2009 р.). Інформація щодо чергового опитування, яке очікувано мало відбутися у 2014 р., у мережі відсутня.

Мета дослідження – виміряти обсяг часу, який молодь щодня витрачає на різні медіа.

Теоретична основа та методи дослідження. Теоретичні засади розвитку медіаосвіти викладені у працях (Buckingham 2003; Chomsky 2002; Hobbs 2011; Lee 2010; Potter 2010 ; Ružić 2016; Salmon 2010). у другій групі публікацій відображено специфічні стандарти та навички, необхідні для застосування різних підходів до медіаосвіти (Grieco, Hobbs 2013; Media and Information Literacy Integration at Mark Day School 2014). Це, радше, висвітлення досвіду практиків медіаосвіти, їх прогресивних ідей, ініціатив, методичних розробок тощо. Акцентують увагу на вплив соціуму на медіаосвіту і навпаки вплив медіа на суспільство. Іншими словами, джерела цієї групи висвітлюють, як соціально-політичні рішення формують технології впровадження медіаосвіти у формальній освітній ланці (в навчальний процес у закладах освіти різних рівнів: від дошкільного до вищого), а також у неформальній освітній ланці, а також зворотній вплив медіа на суспільство (Framework for 21 Century Learning; Francis, 2016; Grunwald Declaration; Kubeu 2002; Rennie 2015). Зважаючи на те, що медіа технології значно диверсифікувалися, було важко систематизувати отримані дані і дійти висновків по кожному із видів медіазасобів, якими користувалися респонденти. Тому до уваги

бралися тенденції та моделі використання медіазасобів, зокрема наступні: загальне використання медіа ресурсів; контент телевізійних переглядів; використання мобільного телефону; прослуховування музики; гра у відео та комп'ютерні ігри; використання комп'ютера й Інтернету.

Виклад основного матеріалу. З'ясовано, що у 2009 р. покоління М2 молодих американців віком від 8 до 18 років в середньому щодня проводить 7 годин 38 хвилин, споживаючи медіа ресурси. Це на 1 годину 17 хвилин більше, ніж у 2004 р. Причину зростання дослідники вбачають у появі та широкому розповсюдженні нових мобільних та онлайн засобів, у тому числі MP3 програвачів, мобільних телефонів з можливістю виходу в інтернет та ін. (Rideout, Foehr).

Цікавим результатом цього дослідження став той факт, що підлітки у США віком від 11 до 14 років витрачають більше часу на використання медіа, ніж інші вікові категорії опитаних молодих людей. В середньому, це – 1 година 40 хвилин (там само, с. 37).

Увагу привертають ті зміни, що відбулися у формулюванні запитань анкети. Це свідчить про врахування дослідниками В. Райдаут (V. Rideout), Ю. Фоехр (U. Foehr) та Д. Робертс (D. Roberts) появи нових медіазасобів і про відповідність проведеного дослідження новим вимогам часу.

Враховуючи те, що діти проводять більше часу з медіа, ніж у школі, деякі зарубіжні вчені, наприклад Д. Бакінгем, вважають, що вони вже замінили роль сім'ї, церкви, школи та стали основним фактором їх соціалізації (Buckingham, 2003, с. 5). Не можемо повністю погодитися із думкою Д. Бакінгема. Безумовно, роль медіа є надзвичайно важливим, оскільки вони впливають на формування точки зору користувачів з бага-

трьох питань, однак все ж таки вплив медіа не є необмеженим. Для нас важливим з позиції дослідника є підкреслення соціальної ролі медіа. Причому, це стосується не лише електронних та цифрових медіа, але й традиційних, оскільки ні інтернет, що відіграє провідну роль у сучасних умовах, ні інші мульти- чи цифрові носії, повністю не замінюють традиційні медіазасоби.

Варто зазначити, що на думку експертів (Study on the Current Trend, с. 5), у сьогоденнішньому суспільстві традиційні та сучасні цифрові медіазасоби співіснують пліч-о-пліч. Більш того, повна заміна неможлива, оскільки різні засоби масової комунікації можуть одночасно співіснувати, інтегруючись один з одним. Процеси глобалізації, інтеграції, швидкоплинних змін інформаційно-комунікаційних технологій та їх впровадження у повсякденне життя сформували «новий медіа-ландшафт», постійно його ускладнюючи (Череповська, 2011).

Водночас зазначимо, що кожен медіазасіб (класичний – друковані тексти; електронний – відео, ТБ, радіо; цифровий – комп'ютери, Інтернет) вимагає відповідних умінь і навичок від їх користувачів, і, як наслідок, іншої моделі медіаосвіти (додаток 1, таблиця 1).

Відтак, для з'ясування сутності сучасної медіаосвіти, що охоплює традиційний, електронний та цифровий засоби комунікації, передусім необхідно порівняти основні характеристики кожного із них: тип існування; споживання; спрямованість медіапродукції; мова медіа повідомлень; спосіб передачі повідомлення; вплив на аудиторію; масштаби обігу.

Кожен із засобів, як видно із таблиці, має свої характеристики. Це означає, що вони є досить автономними і незалежними. Разом з тим, вони співіснують у медіа просторі, за деякими аспектами накладаються один на інший, і навіть

можуть поглинатися, як це трапилося з фільмами і телебаченням. Більш того, злиття деяких медійних засобів приводить до виникнення специфічних гібридних медіа сутностей, як наприклад, комп'ютери. Завдяки їм можна дивитися ТБ, слухати радіо, читати газети й користуватись інтернетом.

Таким чином, в галузі медіазасобів відбуваються радикальні зміни. Інтернет-користувачі, які володіють відповідними вміннями й навичками, здатні продукувати різноманітні публікації, здійснювати саморедагування, пошуки, взаємодію та ін. Вони мають в своєму арсеналі інструменти, що дозволяють їм створювати власні креативні та інформативні середовища: окремі блоги, мережі відео блогів, системи подкастингу, джерела новин, якими вже користуються інші користувачі та поширюють їх у мережі Інтернет. Крім того, просунуті користувачі можуть створювати власні пошукові системи та системи оповіщення для інформації, опублікованої в Інтернеті, різноманітні вікі-ресурси, нові іміджеві та аудіовізуальні банки, професійні мережі, соціальні мережі, домашні та персоналізовані сторінки, сайти соціальних та громадських організацій тощо. Всі наведені вище можливості сприяють новому виду виробництва медіа, соціального за своїм спрямуванням.

Наразі, таких обізнаних та компетентних користувачів цифрових технологій поки що мало. Однак, їх чисельність зростає з небувалою швидкістю. Для того, щоб стати незалежним користувачем, окрім опанування медіаграмотністю, необхідна й цифрова грамотність. Таким чином, співіснування різних типів медіазасобів вимагає від користувачів розвитку та оволодіння різними навичками. Спостерігаються також і зміни в результатах медіаосвіти. На нинішньому етапі розвитку медіазасобів це

вже не є проста систематизація, зберігання та поширення знань. Цифрові технології привели до стрімкої появи надзвичайно великого обсягу знань, який називають «вибухом» (Study on the Current Trend, с. 4). Тому результатом медіаосвіти стає глобалізація знань, а в перспективі – створення знанневого суспільства.

Основні результати медіаосвіти в залежності від типу медіазасобів представлено у таблиці 2 (додаток 2).

Безперечно, результатами медіаосвіти можна вважати і виокремлені нами нові навички, оскільки у попередньому розділі мова йшла про те, що медіаграмотність є результатом медіаосвіти. Крім того, медіаосвіту також розуміють як сформовані певні навички, що знайшло своє відображення в енциклопедичній літературі, зокрема в «Глосарії освіти дорослих в Європі» (Glossary of Adult Learning in Europe, с. 23).

Так, новими навичками, набутими медіа споживачами, є:

- доступ до знань; можливість використання та декодування медіатексту, передача медіа-досвіду;
- спроможність робити вибір; володіння знаннями про критерії відповідності та структуру медіа;
- здатність до орієнтації; уміння розрізняти реальність та її представлення, часто ідеалістичне, в засобах масової інформації;
- уміння дотримуватися критичної відстані; вміння робити судження про медіа повідомлення, перевіряти його корисність та визначити його технічну можливість для окремих людей чи суспільства;
- оперативна чи функціональна здатність: знання та навички роботи з засобами масової інформації з метою здійснення комунікації;

- здатність сприймати і управляти інформацією з підвищеною швидкістю, характерною для сучасних медіа;

- естетичне сприйняття; здатність розуміти зображення та сприймати їх послідовність;

- здатність інтегрувати засоби масової інформації та комунікації в існуючі соціальні мережі та відображати їх соціальні наслідки використання.

Аналізуючи цей перелік навичок, акцентуємо увагу на їх соціальній спрямованості. Набуття означених навичок зумовлює «трансформацію ролі індивіда від об'єкта впливу до активного учасника суспільних процесів, розвиток суспільного діалогу, інститутів громадянського суспільства» (Іванов, Волошенюк, 2014, с. 19).

Як відомо, усі перелічені навички не є відокремленими і незалежними. Науковці розглядають їх як «частину однієї родини», назва якої – медіаосвіта (Hobbs, 2010, с. 17). Членами цієї «родини» є *інформаційна грамотність*, яка традиційно асоціюється із дослідницькими навичками; *загальна медіаграмотність*, яку пов'язують із навичками критичного аналізу новин, реклами та мас-медійних розваг; *медіаграмотність, що стосується охорони здоров'я*, яка співвідноситься із впливом медіа на вибір харчування, фізичних вправ, формування красивого тіла та попередження зловживання ліками; *цифрова грамотність*, що асоціюється зі здатністю користуватися комп'ютером, соціальними медіа та Інтернетом.

Саме тому для відображення сутності сучасної медіаосвіти та її результатів, зарубіжні науковці останнім часом все частіше вживають термін «цифрова і медіаосвіта» (digital and media literacy). Відтак, її результатом є згадані вище навички, які потрібні в усіх сферах щоденного життя.

Шукаючи їхні «родинні» риси, услід за Р. Хоббс (Hobbs, 2010, с.18), знаходимо, що змістову сутність цифрової та медіасвіти за нинішніх глобалізаційно-інтеграційних умов становить сукупність комунікативних навичок, яку можна позначити як AACRA (access – доступ; analyze and evaluate – аналіз та оцінка; create – створення; reflect – рефлексія; act – дія).

Такий підхід до розуміння медіасвіти в умовах новітніх цифрових технологій спостерігаємо і серед груп науковців, учителів-практиків та громадських організацій: Міжнародна асоціація з читання (International Reading Association), Національна Рада учителів англійської мови (National Council of Teachers of English), Національна Рада з акредитації педагогічної освіти (National Council for Accreditation of Teacher Education) та ін.

Модель AACRA узагальнює комунікативні навички, виходячи з того, що зміст повідомлень може бути переданий через засоби, кількість і різноманіття яких постійно зростає. Якщо у недалекому минулому основними навичками були декодування та розуміння друкованих символів, то нині отримання інформації та розваг відбувається у звуковій, візуальній, інтерактивній та цифровій формах. Художня і публіцистична література, документи, фільми, веб-сайти, ігри, текстові повідомлення тощо є засобами вираження і комунікації (Moore, Donnelly & Hobbs, 2014), в процесі яких реалізуються 5 основних навичок.

Кожна із навичок спрямована на виконання певних дій, систематизацію яких представлено у таблиці 3 (додаток 3). Наведемо змістовне наповнення кожної із навички.

Приклади навчальних завдань для розвитку комунікативних навичок в рамках моделі AACRA, що використовуються у школі Mark Day School, Роуд Ай-

ленд (США) можна детальніше переглянути у додатку 4 статті. На прикладі школи Mark Day School у штаті Роуд Айленд продемонстровано ті види навчальної діяльності на початковій (3 клас) та середній ступенях (4-8 класи) шкільної освіти, що розвивають комунікативні навички за цією моделлю.



Рис. 1. Модель цифрової та медіасвіти
Джерело: (Hobbs, 2010, с.18).

Отже, аналізуючи виокремлені 5 навичок, що утворюють неперервний цикл, доходимо висновку, що вони «забезпечують розширення прав і можливостей, активну діяльність людини в навчанні упродовж всього життя завдяки споживанню та створенню повідомлень» (Hobbs, 2010, с. 18). У термінах проаналізованих філософських засад медіасвіти у попередньому підрозділі, це приклад розвивального (empowerment) підходу.

Сутність медіасвіти у сучасних умовах багатьма науковцями розглядається як розвиток певних умінь і навичок (Bulger, Davison 2018, с. 7). Вчений Дж. Поттер визначає та детально обґрунтовує їх. Це – 7 основних умінь людини: аналіз, синтез, класифікація, індукція, дедукція, абстракція. Власне кажучи, дослідник зводить результати медіасвіти до основних операцій мислення. Крім зазначених, Дж. Поттер додає ще одне

уміння – оцінювати. Він визначає його як оцінку якості кожного елементу, як судження, отримане в результаті співставлення елемента з певним критерієм (Potter, 2014). Зазначимо, що дослідник підкреслює універсальність цих умінь, оскільки вони застосовуються в будь-якій сфері діяльності людини. Це дає йому підстави для висновку, що завданням медіаосвіти є не формування цих умінь взагалі, а їх розвиток у процесі використання медіатекстів (Potter, 2014, с. 8.)

Цікавими є результати контент-аналізу медіаосвітніх програм у досліджуваних країнах, оскільки саме їх зміст відображає, що таке медіаосвіта. Інститут даних і дослідження суспільства (Data and Society Research Institute) розглядає медіаосвіту у сучасних умовах як багатаспектне явище. Попри те, що медіаосвіту важко звести до єдиного знаменника, науковці цього інституту спробували виокремити її тематичні напрями на сучасному етапі: залучення молоді; підготовка педагогічного персоналу; підтримка батьків; політика; доказова база медіаосвіти (Bulger, Davison, 2018, с. 8). Зупинимося детальніше на їх характеристичі.

Залучення молоді було визначено як окремий тематичний напрям з урахуванням того, що багато медіаосвітніх програм спрямовано на залучення молоді до участі у виробництві медіа. Це розвиває у молодих людей почуття власності як творців медіа продукту і забезпечує їм динамічний досвід того, як розвивається і розповсюджується його зміст. Наприклад, у Чикаго, США діє проєкт Free Spirit Media (в перекладі з англ. – *вільний дух медіа*). Його мета – трансформація суспільства на основі забезпечення можливостей молодим талантам переважно із «кольорових» спільнот реалізувати свій творчий, особистий та

професійний потенціал завдяки медіаосвіті та досвіду медіавиробництва (Free Spirit Media, 2018). Аналіз їх медіаосвітніх програм показав, що вони пропонуються за рівнями:

- початковий (beginner), на якому молоді люди опановують основи медіаосвіти і медіа виробництва;
- середній (emerging), на якому молоді знайомиться із мультимедійним виробництвом через виконання проєктів у команді;
- просунутий (advanced), метою якого є удосконалення медіа навичок через виконання суспільних проєктів;
- промисловий (industry), на якому молоді завдяки набутим навичкам і своєму таланту потрапляє у професійний світ медіа і виконує вже професійні проєкти;
- новаторський (trailblazer), на якому молоді люди набувають навичок успішного творчого підприємця.

Зазначимо, що кожен рівень має програми для навчальних закладів, позашкільних закладів та літні програми. Більш того, за рівнями також пропонуються і програми творчого медіаосвітнього розвитку не лише для школярів, але й для працюючої молоді. Таким чином, проєкт реалізується не лише у формальній освітній ланці, а також і в неформальній та інформальній освіті, що робить його загальнодоступним і популярним.

Важливою у залученні молоді до медіаосвіти є також канадський медіаосвітній проєкт Digital Literacy Project (у перекладі – *проєкт цифрової грамотності*), ініційований бібліотекою Атвотер і комп'ютерним центром (Atwater Library & Computer Centre). Його мета – заохочувати молоді та інших представників суспільства до відкриття нових і креативних шляхів використання цифрових технологій (блоггінг, веб-дизайн, графічний дизайн, аудіо, відео, цифрові фото

та їх редагування) для вираження своїх емоцій, почуттів, думок, спілкування, розвитку медіа навичок та формування суспільства (Digital Literacy Project, 2018). Зазначимо, що і цей проект розраховано не лише на формальну освіту, але й на неформальну та інформальну.

Важливість таких програм у залученні молоді до медіаосвіти не можна не оцінити, адже вони охоплюють різні питання медіаосвіти, зокрема недостовірність інформації, право інтелектуальної власності, плагіат, шахрайство, інтернет-безпека. Проте їх найбільшим здобутком є розвиток креативних навичок молоді та формування єдності демократичного суспільства.

Підготовка педагогічного персоналу. Переважна більшість медіаосвітніх зусиль у США і Канаді спрямована на підготовку і навчання, розвиток медіаосвітніх умінь та навичок учителів й розроблення медіаосвітніх навчальних планів.

Зазначимо, що ні у США, ні у Канаді немає стандартизованого національного навчального плану чи навчального посібника з медіаграмотності. Як зауважує Дж. Поттер (Potter, 2013), не існує також і єдиного спеціального фінансування для підтримки професійного розвитку викладачів у цій галузі. Підготовка медіа викладачів полягає, передусім, у зусиллях педагогів, відданих медіаосвіті, які діляться своїм досвідом, створюють громадські організації із забезпечення і розвитку медіаосвіти, розробляють необхідні програми у співпраці з іншими медіапедагогами, науковцями та громадськими діячами. Наприклад, у США такі освітні програми для учителів пропонуються медіаосвітньою лабораторією Media Education Lab, що діє при університеті Роуд Айленд (Rhode Island University) чи проектом «Look Sharp» (у перекладі з англ. – дивись пильно), що пропонує Ітака коледж (Ithaca

College). Існують також національні організації, що пропонують медіаосвіту для педагогів, серед яких відомі National Writing Project (Національний проект з письма) – мережа об'єднаних сайтів університетів США; National Council of Teachers of English (Національна рада учителів англійської мови), National Council for Social Studies (Національна рада з соціальних наук); American Library Association (Американська асоціація бібліотек) та ін. Їх місію, візію та стратегії буде детально описано далі, оскільки вони є стейкхолдерами медіаосвіти у США.

Важливим є те, що медіаосвітні програми, що пропонуються цими організаціями, спрямовані на підтримку мережі педагогів, котрі впроваджують медіаосвіту, для того, щоб поділитися своїм досвідом, найкращими практиками, організувати конференції та методичні семінари.

У Канаді Media Smarts пропонує медіапедагогам як навчально-методичні ресурси, так медіаосвітні програми для їх професійного розвитку, зокрема Digital Literacy Training Program for Canadian Educators (у перекладі з англ. – Програма з медіа та цифрової грамотності для канадських педагогів).

Підтримка батьків. Ще донедавна рекомендації батькам щодо користування дітьми медіазасобами стосувалися переважно того, як захистити їх від шкідливого медіа впливу. Назвемо найбільш відомі серед них. У 1996 р. Конгрес США схвалив рекомендації для батьків щодо вікової відповідності телевізійних програм і фільмів, а також щодо врахування в них сексуального змісту, сцен насильства та богохульства. Некомерційна організація Common Sense Education, що займається забезпеченням освіти і підтримки сім'ей з питань безпечного використання дітьми медіа та те-

хнологічних засобів, розробила рейтингову систему для оцінювання безпечності веб-сайтів та відео ігор для дітей (CSM movie reviews). Однак, турботи батьків про використання їхніми дітьми медіазасобів вже давно вийшли за межі зазначених програм. Батьки, як свідчать проведені зарубіжними дослідниками наукові розвідки (Madden, et al. 2012; Livingstone, Blum, 2017), усвідомлюють необхідність розвитку медіа навичок своїх дітей, так і своїх власних.

Як свідчить здійснений нами аналіз діяльності медіаосвітніх організацій обох країн, у відповідь на цю потребу на їхніх веб-сторінках з'явилися інтернет-ресурси для батьків (Common Sense Media; Center for Media Literacy; Media Literacy Now; Connect Safely; Media Smarts). Вони пропонують матеріали, що стосуються таких тем, як інформаційна грамотність, медіаосвіченість, цифрове громадянство та ін.

Окрім інтернет-ресурсів, для батьків також є й довідкова література на паперових носіях. Наприклад, американська медіаосвітня громадська організація NAMLE у жовтні 2017 р. опублікувала довідник для батьків «Building Healthy Relationships with Media» (в перекладі з англ. – формування здорових відносин з медіа). У довіднику доступно і на прикладах з реального життя викладено педагогічні рекомендації, як навчити своїх дітей ставити питання, вести у сім'ї медіаосвітні розмови, розвивати у дітей навички критичного мислення (Building Healthy Relationships with Media, 2017).

Однак, загалом, як зауважують М. Булгер і П. Девідсон (Bulger, Davison, 2018, с. 10), ще дуже мало навчально-методичних, інструктивних, довідникових ресурсів, спеціально створених для батьків.

Політика. Починаючи з 1970-х рр., ЮНЕСКО займається популяризацією медіаосвіти, як одним із пріоритетних

напрямів своєї діяльності, та фінансує дослідження з медіаосвіти. Її медіаосвітня діяльність знайшла своє відображення у дослідницьких звітах, навчальних планах, політичних ініціативах різних країн. Зокрема, уряди країн активізували свою політику у галузі медіаосвіти, прийняли відповідні нормативно-інструктивні документи, що регламентують реалізацію медіаосвітніх програм в їхніх державах. У досліджуваних країнах ініціаторами законопроектів стали громадські організації, професійні асоціації педагогів, бібліотекарів, журналістів та ін.

Оскільки політичні ініціативи є надзвичайно вагомими для розвитку медіаосвіти, розглянемо їх детально у наступних підрозділах та проаналізуємо законодавче забезпечення США і Канади у галузі медіаосвіти, а також діяльність тих організацій, від яких залежить її подальший розвиток.

Ще одним тематичним напрямом медіаосвіти в глобалізаційно-інформаційних умовах є в термінах американських науковців «доказова база медіаосвіти» (evidence base for media literacy) (Bulger, Davison, 2018, с. 8). Іншими словами, в медіаосвіті США і Канади набув розвитку такий тематичний напрям, як *наукові дослідження медіаосвіти*.

Висновки. Наукова розвідка стану медіаосвіти у США і Канаді свідчить про потужні наукові дослідження, що здійснюються в обох країнах. Результати наукових досліджень, як правило, висвітлюються у публікаціях науковців. Огляд літературних джерел з цієї проблематики в попередньому розділі свідчить про велике різноманіття наукових інтересів дослідників у галузі медіаосвіти. Однак, на наше переконання, все ж таки в обох країнах домінують теми захисту дітей та молоді від шкідливого впливу медіа та розвитку їх медіакомпетентностей. Узагальнюючи, висловимо свою

думку, що наукові дослідження американських і канадських учених стосуються переважно медіа освіти школярів, яку позначають як «K-12 media literacy education». Тобто це дослідження, що стосуються формальної освіти. Досліджень, присвячених розвитку медіаосвітніх навичок дорослих, і в тому числі поза системою формальної освіти, дуже мало.

Отже, медіаосвіта у сучасних глобалізаційно-інформаційних умовах є складним, багатоаспектним явищем, яке важко звести до єдиного знаменника. Водночас, вона швидко змінюється у відповідь на появу нових технологічних інформаційно-комунікаційних засобів, оперативно реагує на вимоги часу, поповнюючи, розширюючи та поглиблюючи свою сутність.

ДОДАТКИ

Додаток 1

Таблиця 1. Основні характеристики медіазасобів

Критерії порівняння	Класичний	Електронний	Цифровий
Тип існування	Виключний	Кожен вид медіа автономний	Інтеграція видів медіа
Споживання	Пасивне	Пасивне + активне	Інтерактивне
Тип управління	Централізований	Централізований	Децентралізований
Спрямованість медіапродукції	Індивідуальне спрямування	Професійне спрямування	Соціальне спрямування
Мова медіа повідомлень	Окремі мови	Окремі мови	Мультимедійні мови
Спосіб передавання медіаінформації	Статичне	Статичне	Мобільне
Створення аудиторії	Обмежена цільова	Широка аудиторія	Спільнота
Масштаби обігу	Регіональний	Національний	Глобальний

Джерело: систематизовано автором за (Study on the Current Trend).

Додаток 2

Таблиця 2. Основні результати медіаосвіти

Тип медіазасобу	Складники	Нові навички	Результати медіаосвіти
Класичний	Алфавіт, писемність, друковані книги, преса	Медіаграмотність	Систематизація, зберігання та поширення знань
Електронний	Телефон, фільм, радіо, ТБ	Медіаграмотність + аудіовізуальна грамотність	Систематизація, зберігання та поширення знань
Цифровий	Цифрові медіа, інтернет	Медіаграмотність + аудіовізуальна грамотність + цифрова грамотність	Глобалізація інформації + Вибух знань Знаннєве суспільство

Джерело: систематизовано автором за (Study on the Current Trend).

Додаток 3

Таблиця 3. Змістове наповнення навичок за моделлю AACRA

Навички/ Англійський термін	Зміст	Приклади навчальних завдань
Доступ / Access	Розуміння, пошук, використання, застосування відповідних медіа та технологічних засобів	Постановка запитань; курирування (відбір, організація та презентація інформації); використання медіа для підготовки завдань; визначення зв'язку з поп-культурою; використання новин та поточних подій у навчанні; дослідження у бібліотеці
Аналіз та оцінка / Analyze and Evaluate	Розуміння й оцінка медіа повідомлень щодо їхньої якості, вірогідності та можливості використання, визначення цільової аудиторії, створення повідомлення та визначення його мети, естетична оцінка	Виявлення того, що не відображено у повідомленні; презентація людей та подій; визначення стереотипів і прогнозування подальших подій; підтвердження повідомлення та його оригінальності; постановка запитань до тексту, визначення авторства, первинного джерела; визначення невідповідностей; прив'язка до попередніх знань
Створення/ Create	Укладення, виробництво, виконання та створення медіа повідомлень за допомогою різних форм і для різної аудиторії;	Публічні виступи, онлайн публікація, графічний дизайн, програмування, комунікація в усіх формах і видах, визначення цільової аудиторії, структурування, створення повідомлення з визначеною метою, написання есе/ абзацу/ речення
Рефлексія / Reflect	Зв'язок медіа використання та медіа повідомлення з особистісною ідентичністю та соціальними аспектами на основі самозахисту, зворотного зв'язку та роздумів про етику	Визначення та оцінка відмінностей між людьми; самовизначення завдяки малюванню чи виконанню пісні; теплий чи холодний коментарі роботи інших учнів; дослідження написів на харчових і нехарчових продуктах; аналіз негайних і відкладених наслідків
Дія/ Act	Зв'язок медіа використання та медіа повідомлення з суспільством і глобальними питаннями у процесі співпраці, участі у житті громади та суспільства в цілому	Визначення способів популяризації переробки вторинних продуктів; створення рекламного листка для проведення певного заходу; співпраця у команді чи в соціальних мережах для підготовки проекту.

Джерело: систематизовано автором за (Hobbs, 2010; Moore, Donnelly, Hobbs, 2014).

Додаток 4

**Приклади навчальних завдань для розвитку комунікативних навичок
в рамках моделі AACRA, що використовуються
у школі Mark Day School, Роуд Айленд (США). Категорія: доступ**

Зміст: розуміння, пошук, використання, застосування належних медіа та технологічних засобів

Види навчальної діяльності	Приклади навчальних завдань у	
	3 класі	4-8 класах
Розвиток навичок аудіювання		
Розуміння прочитаного		
Використання відповідних технологічних засобів		
Постановка запитань	Задайте запитання, на які можна знайти відповіді онлайн	Напишіть ключові слова і фрази, за допомогою яких можна знайти відповіді онлайн
Курирування (відбір, організація та презентація інформації)	Оберіть з колекції ті образи, за допомогою яких зможете розповісти якусь історію	
Навчальна технологія	Назвіть складові комп'ютера	
Використання освітніх медіа	Учні переглядають відеофрагмент/ документальний фільм про науковий проект	Учні грають в гру чи займаються моделюванням, щоб дізнатися про ерозію ґрунту
Зв'язок з поп-культурою		Знайдіть подібність між історичною подією та популярним ТВ шоу
Використання новин та поточних подій	Учні досліджують, наскільки заголовки відповідають фотографіям	Учні роблять прогнози щодо змісту статті за заголовком чи фотографією
Дослідження у бібліотеці	Скажіть, де можна знайти журнал ...	Учні навчаються, як користуватися базою даних
Відео документування	Оцифровка творчої, мистецької роботи учня	

Категорія: аналіз та оцінювання

Зміст: розуміння й оцінка медіаповідомлень щодо їхньої якості, вірогідності та можливості використання, визначення цільової аудиторії, створення повідомлення та визначення його мети, естетична оцінка, визначення того, що не відображено у повідомленні, презентація людей та подій, визначення стереотипів і прогнозування подій, підтвердження джерела, визначення невідповідностей, прив'язка до попередніх знань, постановка запитань до тексту, визначення авторства, первинного джерела повідомлення та його оригінальності.

Види навчальної діяльності	Приклади навчальних завдань у	
	3 класі	4-8 класах
Визначення жанру	Розпізнавання художнього від нехудожнього тексту	Визначення елементів оповідання/тексту відповідно до певного жанру на підготовчому етапі його написання
Надійність джерела інформації		Визначення характеристик надійних і точних джерел інформації
Цільова аудиторія	Використання візуальних сигналів для визначення категорії, для якої створена та чи інша реклама: дорослі чи діти	Використання інформації чи контексту для того, щоб зробити умовиводи про те, на кого орієнтоване повідомлення
Побудова повідомлення та його мета	Визначення, чи мета короткого відео-фрагменту є повідомити інформацію, розважити чи переконати аудиторію	Визначення, які техніки чи елементи у відео-фрагментів допомагають передати інформацію, розважити аудиторію чи переконати її
Визначення того, що не відображено у повідомленні	Припущення, що залишилося за рамками фотографії	Визначення, яка інформація чи погляди/думки залишилися позауроком історії
Презентація людей та подій		
Визначення стереотипів		

Категорія: створення

Зміст: укладення, медіавиробництво, виконання через медіазасоби та створення медіаповідомлень за допомогою різних форм і для різної аудиторії; публічні виступи, онлайн публікація, графічний дизайн, програмування, комунікація в усіх формах і видах, визначення цільової аудиторії, структурування, створення повідомлення з визначеною метою, написання есе/ абзацу/ речення.

Види навчальної діяльності	Приклади навчальних завдань у	
	3 класі	4-8 класах
Висловлення точки зору		
Написання творів у різних форматах	Використання слів і малюнків для відтворення оповідання чи казки	Створення коміксу на основі прочитаного тексту
Відбір матеріалів для творчого використання		
Публічні виступи	Висловити свою точку зору чи думку перед класом	Виступити перед класом з короткою презентацією, як робити щось
Виконання	Імпровізувати та зіграти перед класом коротку роль за сценарієм відео-фрагменту	Створити невеличкий скетч, щоб проілюструвати якусь ідею

Медіавиробництво	Розкласти фотографії у логічному порядку і розповісти історію з самого початку, чи середини, чи з кінця	
Програмування	Зобразити простий процес (наприклад, як зробити бутерброд), щоб продемонструвати послідовність дій	Використати Scratch або інший засіб, щоб зробити простий анімаційний фрагмент
Графічний дизайн	Вибрати найкращі зображення, які б відповідали реценціям	Використовувати колір, фонти, розмір, щоб акцентувати повідомлення
Онлайн публікація		Написати щось на задану тему, використовуючи вікіресурси чи соціальні медіа

Категорія: рефлексія

Зміст: зв'язок медіавикористання та медіаповідомлення з персональною ідентичністю та соціальними аспектами через самозахист, зворотний зв'язок та роздумами про етику

Види навчальної діяльності	Приклади навчальних завдань у	
	3 класі	4-8 класах
Медіаобізнаність	Розкажіть про улюблене ТВ шоу та обговоріть правила використання ТВ у родині	Вести медіащоденник
Розуміння та оцінка відмінностей між людьми	Розробити схему улюблених кольорів	
Формування суджень та соціальної відповідальності		Поважати почуття членів родини
Самовизначення (персональна ідентичність)	Намалювати себе та пояснити малюнок	Написати коротке есе про те, як улюблена пісня представляє членів родини
Забезпечення зворотного зв'язку	Пояснити іншим, що їм подобається у їхній роботі	Надайте теплий чи холодний коментарі роботі інших учнів
Етичні судження		
Правильний вибір	Дослідити, як пишуться ярлики для здорового харчування та попереджувальні ярлики	
Визначення того, що потрібно		Врахувати контекст, цільову аудиторію та мету при оцінюванні, яку інформацію потрібно включати у повідомлення
Обдумування негайних та відкладених наслідків		

Категорія: дія

Зміст: зв'язок медіавикористання та медіаповідомлення з суспільством і глобальними питаннями через співпрацю, участь у житті громади та суспільства в цілому

Види навчальної діяльності	Приклади навчальних завдань у	
	3 класі	4-8 класах
Участь у креативній спільноті	Працюючи у команді, спільно створити історію	
Генерування ідей для вирішення проблеми		Перерахування способів, як популяризувати переробку вторинних продуктів у школі
Участь у житті громади		Створення рекламного листка для шкільного заходу
Крос-культурне навчання	Порівняння наявних знань про іншу культуру з картинками та історіями про них	Прочитати про іншу культуру рідною чи іноземною мовою з різних джерел
Співпраця	Співпраця у команді для написання твору за темою	Використати соціальні мережі чи інші засоби передачі інформації для співпраці над проектом

Джерело: за (Moore, Donnelly & Hobbs, 2014).

ЛІТЕРАТУРА

- Головченко, Г.О. (2020). *Медіаосвіта у США і Канаді: теорія і практика: монографія* (Ред.: Н.Г.Ничкало). Київ: Вид-во ТОВ «Юрка Любченко».
- Шейбе, С., & Рогоу, Ф. (2014). *Медіаграмотність: Підручник для вчителя* (перекл. з англ. С. Дьома; за загал. ред. В. Ф. Іванова, О. В. Волошенюк). Київ: Центр вільної преси, Академія української преси.
- Череповська, Н. І. (2011). *Про експериментальну модель програми спеціального медіаосвітнього курсу для старшокласників «Медіа-культура»*. Лабораторія психології масової комунікації та медіа-освіти Інституту соціальної та політичної психології НАПН України. URL: <http://surl.li/jnfdm>
- Action Coalition for Media Education – ACME: official site. (2018). URL: <http://www.acmecoalition.org/>
- Buckingham, D. (2003). *Media education – literacy, learning and contemporary culture*. USA: Polity Press.
- Buckingham, D. (2003a). *Media education: Literacy, learning and contemporary culture*. Cambridge, MA: Polity Press.
- Building Healthy Relationships with Media: A Parents' Guide to Media Literacy. (2017). NAMLE, Trend Micro Inc. URL: <https://namle.net/a-parents-guide>
- Bulger, M., & Davison, P. (2018). *The Promises, Challenges, and Futures of Media Literacy*. Data and Society Research Institute. URL: www.datasociety.net
- Center for Media Literacy – CML: official site. (2018). URL: <http://www.medialit.org/>
- Celot, P. (Ed.). (2009). *Study on the Current Trend and Approaches to Media Literacy in Europe: Final Report*. URL: <http://surl.li/jpmib>

- Chomsky, N. (2002). *Media control. 2nd ed: The spectacular achievement propaganda. Open Media Series*, New York: Seven Stories Press.
- Common Sense Media: official site. (nd). URL: <https://www.common sense.org/>
- Connect Safely. (2018). URL: <http://connectsafely.org/>
- Digital Literacy Implementation Strategy. (2014). *Digital Canada*. URL: <http://surl.li/jnfdz>
- Digital Literacy Project: official site. (2018). URL: <http://surl.li/jnfdz>
- Framework for 21 Century Learning. (nd). URL: <http://surl.li/jnfec>
- Francis, M. (2016). *Investigating approaches to media literacy: an analysis of media literacy organizations*. (Dissertation for the degree of Doctor of Philosophy). Florida Atlantic University. URL: <http://fau.digital.flvc.org>
- Free Spirit Media: official site. (2018). URL: <https://freespiritmedia.org/>
- Federighi, P., Bax, W., & Bosselaers, L. (1999). *Glossary of Adult Learning in Europe*. UNESCO Institute for Education. Hamburg. URL: <http://surl.li/jpmdd>
- Grieco, R., & Hobbs, R. (2013). *A field guide to media literacy education in the United States*. (Working Paper). URL: www.mediaeducationlab.com
- UNESCO. (1982). *Grunewald Declaration on Media Education*. URL: <http://surl.li/jpmey>
- Hobbs, R. (2010). *Digital and media literacy: a plan of action. A White Paper on the Digital and Media Literacy*. The Aspen Institute Communications and Society Program. The John S. and James L. Knight Foundation. .
- Hobbs, R. (2011): The State of Media Literacy: A Response to Potter. *Journal of Broadcasting & Electronic Media*, 55(3), 419-430.
- Hoechsmann, M., & Poyntz, S. (2012). *Media Literacies: A Critical Introduction*. Wiley Blackwell, USA.
- Internet World Statistics. (2016). URL: www.internetworldstats.com
- Keiser Family Foundation – KFF: official site. (2018). URL: <https://www.kff.org/>
- Kubey, R. (2002). *Thinking Critically about Media: Schools and Families in Partnership*. Chicago, IL: Cable in the Classroom.
- Lee, A. Y. L. (2010). Media education: approaches and development around the globe. *New Horizon in Education*, 58 (3), 13. URL: <http://surl.li/jnfe1>
- Livingstone, S., & Blum, A. (2017). *Screen time for kids: Getting the Balance Right*: Blog. URL: <https://cutt.ly/Fkxsjxv>
- Madden, M., Cortesi, S., Gasser, U., Lenhart, A., & Duggan, M. (2012). *Parents, Teens, and Online Privacy*. Washington, DC: Pew Internet Research Center. URL: <http://surl.li/jnfep>
- Media and information literacy integration at Mark Day School professional development initiative (2014). *Report by the Media Education Lab*. Providence, RI. URL <http://bit.ly/MarkDaySchool>
- Media Literacy Now*: official site. (2018). URL: <https://medialiteracynow.org/>
- Media Smarts. (2018). *Digital Literacy Fundamentals*. URL: <https://cutt.ly/9kxsR0d>
- Moore, D. C., Donnelly, K. & Hobbs, R. (2014). *Media and information literacy integration at Mark Day School: Professional Development Initiative 2013-2014*. Providence, RI: Media Education Lab. URL: <http://bit.ly/MarkDaySchool>
- Namita, Y. (2010). *Teachers' Perceptions of Media Education in BC Secondary Schools: Challenges and Possibilities*. PhD dissertation, Department of Curriculum Studies, University of British Columbia, Vancouver, BC.
- National Association for Media Literacy Education: official site. (2018). URL: <https://namle.net/>
- National Council of Teachers of English – NCTE: official site. (2018). URL: <http://www2.ncte.org/>
- Potter, J. (2013). Review of literature on media literacy. *Sociology Compass*, 7/6, 417-435.
- Potter, W. (2010). The state of media literacy. *Journal of Broadcasting & Electronic Media*, 54(4), 675-696. doi:10.1080/08838151.2011.521462
- Potter, W. J. (2004). *Theory of media literacy: A cognitive approach*. Thousand Oaks, CA: Sage Publications.

- Rennie, J. J. (2015). *Making a Scene: Producing Media Literacy Narratives in Canada*. PhD dissertation, Ontario Institute for Studies in Education, University of Toronto.
- Rideout, V. J., Foehr, U. G., & Roberts, D. F. (2010). *Generation M2: Media in the Lives of 8–18 Year-Olds*. Menlo Park, CA: The Henry J. Kaiser Family Foundation. URL: <http://surl.li/jnfer>
- Ružić, N. (2016). Challenges in implementation of the subject of Media Literacy in the educational system in Montenegro. *Nova prisutnost*, 14, 1, 69-89.
- Salmon, Ch. (2010). *Storytelling: bewitching the modern mind* (Translated by D. Macey). Published by Verso.

REFERENCES

- Holovchenko, H.O. (2020). *Media education in the USA and Canada: theory and practice: a monograph* (Ed.: N.H.Nychkalo). Kyiv: Vyd-vo TOV «Iurka Liubchenko» [in Ukrainian].
- Sheibe, S., & Rohou, F. (2014). *Media literacy: A teacher's guide* (perekł. z anhł. S. Doma; za zahal. red. V. F. Ivanova, O. V. Volosheniuk). Kyiv: Tsentr vilnoi presy, Akademiia ukrainskoi presy [in Ukrainian].
- Cherepovska, N. I. (2011). *On the experimental model of a special media education course for high school students called Media Culture*. Laboratoriia psykholohii masovoi komunikatsii ta media-osvity Instytutu sotsialnoi ta politychnoi psykholohii NAPN Ukrainy. URL: <http://surl.li/jnfdm> [in Ukrainian].

Про автора(-ів)

Гліб Головченко, доктор педагогічних наук, Заслужений журналіст України, В.о. директора Українського інституту підвищення кваліфікації працівників телебачення, радіо і преси.

Glib Golovchenko, Doctor of Sciences in Pedagogy, Honored Journalist of Ukraine, Acting Director of the Ukrainian Institute of Advanced Training for TV & Radio Broadcast and the Press experts

Марина Головченко, молодший науковий співробітник відділу змісту і технологій педагогічної освіти Інституту педагогічної освіти і освіти дорослих імені Івана Зязюна НАПН України

Maryna Golovchenko, Junior Researcher at Department of the Content and Technologies of Pedagogical Education, Ivan Ziaziun Institute of Pedagogical Education and Adult Education of NAES of Ukraine

Received: 16.03.2023

Accepted: 18.04.2023