

УДК 378.079

Наталія Приходькіна

ОСНОВНІ ТЕОРЕТИЧНІ КОНЦЕПЦІЇ МЕДІАОСВІТИ

У науковому дискурсі другої половини ХХ століття зміцнилася медіаосвітня парадигма, що включає сукупність цінностей, методів, технічних засобів, спрямованих на формування особистості, здатної адаптуватися в інформаційному суспільстві й виконувати низку необхідних функцій. Стаття присвячена аналізу теоретичних підходів до медіаосвіти. Авторкою аналізуються проблеми генезису основних теоретичних медіаосвітніх концепцій із точки зору цілей, завдань, змістовних компонентів. Проаналізовано такі основні теорії медіаосвіти, як ін'єкційна, семіотична, культурологічна, практична, критична, естетична, соціокультурна, теологічна.

Ключові слова: інформатизація, критичне мислення, мас-медіа, медіакультура, медіаосвіта, медіапедагог, педагогіка, теорія медіаосвіти.

Приходькина Н. Основные теоретические концепции медиа образования.

В научном дискурсе второй половины ХХ века укрепилась медиаобразовательная парадигма, включающая совокупность ценностей, методов, технических средств, направленных на формирование личности, способной адаптироваться в информационном обществе и выполнять ряд необходимых функций. Статья посвящена анализу теоретических подходов к медиаобразованию. Автором анализируются проблемы генезиса основных теоретических медиаобразовательных концепций с точки зрения целей, задач, содержательных компонентов. Проанализированы следующие основные теории медиаобразования: инъекционная, семиотическая,

культурологическая, практическая, критическая, эстетическая, социокультурная, теологическая.

Ключевые слова: информатизация, критическое мышление, масс-медиа, медиакультура, медиаобразование, медиапедагог, педагогика, теория медиаобразования.

Медійна інформація в XXI столітті розглядається в якості глобального ресурсу всього населення планети. Безсумнівно, інформаційні технології настільки глибоко проникли в життя сучасних людей, що вичленувати їх із загального культурологічного та світоглядного контексту вже неможливо. Разом із тим, збільшується не тільки позитивний, але й негативний вплив медійної інформації на аудиторію.

Інформаційно-комунікаційний простір медіа-культури репрезентує різновекторні дискурси, що впливають на систему цінностей, уявлення про соціокультурний простір. Тому в різних країнах виникають різноманітні підходи до медіакультури та медіаосвіти. У зв'язку з цим, на нашу думку, доцільним є визначення основних теоретичні підходів, найбільш поширених в історії медіа-освіти.

Дослідженнями у сфері медіаосвіти займаються як вітчизняні дослідники, так і зарубіжні вчені. Аналізом специфіки медіа й безпосереднього впливу на суспільство в XX столітті активно займалися зарубіжні дослідники (Р. Барт, Ж. Бодрійяр, Ж. Дельоз, В. Колесніченко, М. Маклюен, Л. Мастерман, Д. Соссюр, Е. Тоффлер, О. Федоров та ін.). Дослідження в цьому напрямі проводяться вітчизняними дослідниками, зокрема К. Біницькою, В. Івановим, Л. Найдьоною, Г. Онкович, Б. Потятиником та ін.

Мета статті – проаналізувати основні теоретичні концепції медіаосвіти. Методи дослідження – узагальнення, аналіз і синтез, індукція і дедукція, статистичні методи.

На сьогодні медіаосвіта активно функціонує в багатьох країнах світу, таких як Австралія, Велика Британія, Канада, Південна Корея, Росія, США, Україна, Франція, а також у країнах Скандинавії та Південної Європи. Вперше офіційно термін «медіаосвіта» було вжито в 1973 році на засіданні ЮНЕСКО і Міжнародної ради з кіно, телебачення та аудіовізуальної комунікації. ЮНЕСКО в численних резолюціях і на проведених міжнародних конференціях (Грюнвальд

(1982), Тулуза (1990), Париж (1997), Відень (1999), Севілья (2002), Париж (2007)) протягом кількох десятків років підкреслює важливість цього перспективного напрямку в педагогіці. Важливо також зазначити, що ЮНЕСКО визначає медіаосвіту в якості одного з пріоритетних напрямків у педагогіці XXI століття. Сучасна стратегія ЮНЕСКО полягає в поєднанні традиційних концептів «медіаграмотності» та «інформаційної грамотності» в спільний концепт МІГ, що позначає комбінований набір компетенцій (знань, навичок і відносин), необхідних нині для життя й роботи. Концепт МІГ передбачає визнання провідної ролі інформації й медіа в повсякденному житті.

21 квітня 2016 року постановою Президії Національної академії педагогічних наук України схвалено нову редакцію «Концепції впровадження медіаосвіти в Україні» (перша редакція була схвалена 20 травня 2010 р.). Розроблення і прийняття Концепції – важлива складова модернізації освіти, що сприятиме побудові в країні інформаційного та громадянського суспільства, розвитку економіки знань.

Перш за все, звернемося до самого терміна «медіаосвіта». «Медіаосвіта (media education) – це вивчення медіа, що відрізняється від навчання за допомогою медіа. Медіаосвіта пов'язана одночасно з пізнанням того, як створюються й поширюються медіатексти, а також із розвитком аналітичних здібностей інтерпретації та оцінки їх змісту (тоді як вивчення медіа (Media studies) зазвичай зв'язується з практичною роботою щодо створення медіатекстів). Як медіаосвіта (media education), так і вивчення медіа (media studies) спрямовані на досягнення цілей забезпечення медіаграмотності (media literacy)» [12].

У документах ЮНЕСКО вказується, що медіаосвіта – це навчання теорії та практичних умінь для опанування сучасними мас-медіа, які розглядаються як частина специфічної, автономної галузі знань у педагогічній теорії та практиці; її слід відрізнити від використання медіа як допоміжних засобів у викладанні інших галузей знань [3, с. 7].

В «Українському педагогічному словнику» зазначено, що основними завданнями медіаосвіти є: підготувати нове покоління до життя в сучасних інформаційних умовах, до сприйняття різної

інформації, навчити людину розуміти її, усвідомлювати наслідки її дії на психіку, опанувати способи спілкування на основі невербальних форм комунікації за допомогою технічних засобів» [1, с. 157].

У «Концепції впровадження медіаосвіти в Україні» *медіаосвіту* визначено як частину освітнього процесу, спрямовану на формування в суспільстві медіакультури, підготовку особистості до безпечної та ефективної взаємодії із сучасною системою мас-медіа, включаючи як традиційні (друковані видання, радіо, кіно, телебачення), так і новітні (комп'ютерно-опосередковане спілкування, інтернет, мобільна телефонія) медіа з урахуванням розвитку інформаційно-комунікаційних технологій [2].

Відомо, що медіаосвіта базується на різних теоретичних концепціях. Останні теоретико-практичні дослідження показали, що в світі відсутня універсальна теоретична концепція медіаосвіти.

У пропонуваному контексті вважаємо за доцільне представити коротку характеристику основних теорій медіаосвіти.

Найбільш науково обґрунтовано, на нашу думку, аналіз теорій медіаосвіти поданий російським дослідником, медіапедагогом О. Федоровим та його учнями (Г. Новіковою, В. Колесніченко та ін.) [6].

1. Семіотична теорія медіаосвіти (Semiotic Approach).

Теорія спирається на праці теоретиків медіасеміотичного (структуралістського) напрямку, таких як Р. Барт і К. Метц (С. Metz). Медіапедагоги-«семіотики» стверджують, що медіа часто прагнуть завуалювати багатозначний знаковий характер своїх текстів, а це загрожує свободі споживання інформації. Аудиторія, насамперед, дітяча, занадто пасивна до «читання» медіатекстів, тому мета медіаосвіти в тому, щоб допомогти учням «правильно читати» медіатекст. Основним змістом медіаосвіти стають коди і «граматика» медіатексту, тобто мова медіа, а педагогічною стратегією – навчання правилам декодування медіатексту, опису його змісту, асоціацій, особливостей мови тощо (Denotation / connotation).

2. Ідеологічна теорія медіаосвіти (Ideological Approach).

Теоретична база: ідеологічна теорія медіа (медіа маніпулюють громадською думкою, зокрема в інтересах того чи іншого

соціального класу, раси або нації). Підліткова аудиторія стає легкою мішенню для медійних впливів.

Педагогічна стратегія зводиться до вивчення політичних, соціальних, національних і економічних аспектів медіа, до аналізу протиріч, що містять ці аспекти з точки зору того або іншого класу, раси, релігії або нації [14, с. 102].

«Ідеологічна» теорія медіаосвіти значною мірою втратила свої колишні позиції, але якоюсь мірою трансформувалася: на першому плані наразі є не класовий, а національно-регіональний, релігійний, соціально-політичний підходи до медіаінформації. Таким чином, наприклад, педагоги деяких держав і націй прагнуть захистити учнів від експансії американської масової культури (аналогія з «протекціоністським» напрямом). У країнах «третього світу» (в латиноамериканських, азіатських, арабських) є популярною активна протидія медіаглобалізації.

Крім того, «ідеологічна» теорія медіаосвіти має багато спільного з більш популярною на Заході теорією медіаосвіти – розвитку «критичного мислення». У цих теоріях розглядається, чиїм інтересам служить та чи інша інформація, і на які групи населення вона розрахована [13].

3. *Естетична (художня) теорія медіаосвіти* (Aesthetical Approach, Media as Popular Arts Approach, Discriminatory Approach).

Теоретична база тут багато в чому збігається з культурологічною теорією медіаосвіти. Однак головна мета медіаосвіти – допомогти аудиторії зрозуміти основні закони і мову спектра медіатекстів із мистецтва, розвинути естетичне сприйняття і смак, здібності до кваліфікованого художнього аналізу. Тому основними завданнями медіаосвіти є вивчення мови медіакультури, авторського світу творця художнього медіатексту, історії медіакультури (історії кіномистецтва, художнього телебачення тощо). Педагоги прагнуть тут навчити школярів та студентів критичного аналізу художніх медіатекстів, їх інтерпретації та кваліфікованої оцінки.

На думку О. Федорова, у багатьох країнах Східної Європи (насамперед – у Росії) естетична теорія медіаосвіти протягом багатьох десятиліть (з 20-х до 80-х років ХХ століття) поєднувалася з ідеологічною. Сьогодні ця теорія значною мірою тяжіє до культурологічної теорії медіаосвіти, оскільки має явні збіги з

теоретичною базою, у ставленні до проблеми «медіа і аудиторії», значну схожість у цілях і завданнях, змісті й педагогічній стратегії [7, с. 113].

Як справедливо зазначає К. Тайнер (K. Tuner), часто в естетичному підході до медіаосвіти кіномистецтво знаходиться в більш привілейованому становищі, ніж преса або телебачення. «Деякі медіатексти, зазвичай вибрані вчителем, вважаються «хорошими», а інші, що зазвичай є фаворитами учнів, – «поганими». Ціннісні питання, тобто «хороше» проти «поганого», залишаються центральними» [15].

Разом із тим деякі європейські дослідники, наприклад, Л. Мастерман [13], вважають, що «естетична теорія» медіаосвіти, по суті, дискримінаційна (Discriminatory Approach), оскільки проголошує кінцевою метою розвиток «здатності до кваліфікованого оцінювання» тільки стосовно спектра мистецтва всередині медіаінформації. Л. Мастерман вважає, що «питання оцінки якості медіатексту не повинні бути в медіаосвіті ні допоміжними, ні центральними. Головна мета – допомогти учням зрозуміти, як медіа функціонують, чиї інтереси захищають, який зміст медіатекстів, як вони відображають реальність, як сприймаються аудиторією» [13]. При цьому Л. Мастерман визнає, що художня медіаосвіта ефективніша за протекціоністську, оскільки спрямована на користь медіа, а не проти нього.

Естетична теорія медіаосвіти була популярною на Заході в 60-х рр. ХХ ст. (особливо в середовищі активних прихильників кіноосвіти в епоху розквіту «авторського кінематографа»). Проте, починаючи з 70-х років, вона стала інтенсивно витіснятися такими теоріями медіаосвіти, як семіотичними і культурологічними, формування критичного мислення, автори і послідовники яких вважають, що художня сфера медіа не надто важлива в сучасному світі. Тому медіатекст треба оцінювати, насамперед, не за його естетичними якостями, за змістом, за ідеями, компонентами мови, символами і знаками.

4. *«Практична» теорія медіаосвіти* (Practical Approach, Technology Approach).

Теоретичною базою є адаптована теорія «споживання і задоволеність» у галузі медіа (школярі цікавляться медіатехніками,

тому потрібно задовольнити їхні потреби – навчити їх практично працювати з комп'ютером, відеокамерою, смартфоном, планшетом тощо). Проблема аналізу медіатексту в цій теорії не розглядається або не є суттєвою, що, звичайно, педагогічно неправильно, тому що ігнорується проблема впливу медіа на світогляд людини.

Окреслений підхід відомий також під назвою «медіаосвіта як «таблиця множення» (практичне вміння працювати з медіаапаратурою, що учні повинні знати, як таблицю множення).

«Практичні» медіапедагоги вважають, що проблема впливу медіа на аудиторію не є ключовою, головне – навчити школярів, студентів, педагогів використовувати медіаапаратуру. Звідси підвищена увага до вивчення технічного пристрою медіаапаратури і формування практичних умінь використання цієї апаратури, зокрема й для створення власних медіатекстів.

Прагматичний підхід (з орієнтацією на креативні вміння учнів) має, звичайно, певні переваги, про що пишуть багато дослідників. Наприклад, президент Європейської Асоціації аудіовізуальної медіаосвіти, бельгійський медіапедагог Д. Шретер (D. Schretter) [5] розробив систему навчання учнів мови медіа за допомогою відеокамери, відеомагнітофона і телемонітора, залучаючи їх до процесу створення свого роду відеосюжету. Його аудиторія на практиці опановує теоретичні поняття медіакультури («кадр», «Ракурс» тощо). Він порівнює реальну дійсність з її відеозображенням, дізнається механізм нескладних спецефектів, вивчає рух камери тощо. У підсумку самі учні за заданим сценарієм створюють власні мінівідеофільми. Безперечно, подібний підхід сприяє розвитку творчої особистості і його не можна не враховувати при створенні моделі й методики сучасної медіаосвіти.

5. Теорія медіаосвіти як джерела задоволення потреб аудиторії (Uses and Gratifications Approach).

Теоретичною основою є теорія «споживання і задоволення» в галузі медіа (вплив медіа на аудиторію обмежений, учні можуть самі правильно обрати та оцінити медіатекст відповідно до своїх потреб). Мета медіаосвіти – допомогти учням отримувати від медіа максимум користі згідно зі своїми схильностями (стимулювання розуміння учнями ролі медіа в їхньому житті, формування здібностей учнів до аналізу й оцінювання окремих елементів медіатексту тощо).

У сучасному вигляді теорія використання та задоволення спирається на п'ять основних припущень:

– Комуникативна поведінка людини (зокрема вибір та користування засобами медіа) є цілеспрямованою, навмисною та мотивованою. Люди є відносно активними учасниками взаємодії з медіаконтентом. Такий тип поведінки впливає як на окремих людей, так і на цілі спільноти.

– Аудиторія медіа різниться у своїй активності у виборі та використанні засобів медіа. Замість того, щоб бути використаними засобами медіа, люди самі їх використовують для задоволення власних бажань та потреб.

– Існують соціально-психологічні фактори, які направляють, фільтрують та модерують людську поведінку. Установки, навколишнє середовище та соціальна взаємодія формують очікування про медіа та їх контент. Поведінка відповідає повідомленням медіа, які вже були відфільтровані соціально-психологічними чинниками, такими як особистість, соціальне положення та відносини, комуникативний потенціал та доступність каналу надходження медіаінформації.

– Засоби медіа конкурують із іншими формами комунікації та комунікаторами, такими як, наприклад, міжособистісне спілкування. Існує прямий зв'язок між особистісним спілкуванням та тим, що відбувається через засоби медіа. Рівень задоволення людських потреб засобами медіа різниться через соціально-психологічні передумови.

– Зазвичай людина є більш впливовою, ніж медіа в процесі комунікації, але не завжди. Індивідуальні особливості коригують характер та ефекти використання медіа. У результаті процесу комунікації медіа можуть впливати на індивідуальні та соціальні характеристики, а також на соціальні, політичні, культурні та економічні процеси всередині спільноти [8].

Однією з перших впливових теоретичних робіт про використання і задоволення від медіа була модель Лассвела (1948), яка розглядала, хто і як використовує різні медіа та який ефект це споживання має. Згідно з Лассвелом, масовим медіа притаманні три функції, а саме: спостереження за навколишнім середовищем і взаємозв'язком подій, а також передача суспільного спадку. Пізніше

Райт (1960) доповнив цей список четвертою функцією: наданням розваг. Ця модель стала тогочасною основою для дослідження задоволення, отриманого від споживання медіа та мотивів його споживання.

6. *«Ін'єкційна» («захисна», «протекціоністська», «прищеплювальна») теорія медіаосвіти* (Protectionist Approach, Inoculatory Approach).

Мета медіаосвіти в рамках цієї теорії полягає в тому, щоб пом'якшити негативний ефект надмірного захоплення медіа. Педагоги намагаються допомогти учням зрозуміти різницю між реальністю і медіатекстом за допомогою аналізу негативного впливу медіа на конкретних прикладах.

7. *Етична теорія медіаосвіти* (Ethic Approach, Moral Approach) [11].

Теоретичною базою є етична теорія медіа (медіа здатні формувати певні етичні принципи аудиторії, особливо це стосується неповнолітньої аудиторії). Отже, метою етичної медіаосвіти є залучення аудиторії до певної етичної моделі поведінки. Педагогічна стратегія – вивчення етичних аспектів медіа та медіатекстів. Ця теорія цілком може бути синтезована з ідеологічною, естетичною теорією розвитку критичного мислення.

8. *Теорія медіаосвіти як розвитку критичного мислення/демократичного мислення аудиторії* (Critical Thinking approach, Critical Autonomy Approach) [10].

Теоретичною основою запропонованої теорії є теорія медіа як «порядку дня», де медіа є «четвертою владою», яка поширює моделі поведінки і соціальні цінності в суспільстві. Основна мета медіаосвіти – навчити аудиторію аналізувати та виявляти маніпулятивні впливи медіа, орієнтуватися в інформаційному потоці сучасного демократичного суспільства.

Л. Мастерман висунув свою медіаосвітню парадигму, основною тезою якої є розвиток в учнів «критичного мислення» стосовно будь-яких медіатекстів [13].

На думку Л. Мастермана (L. Masterman), оскільки продукція засобів масової інформації є результатом свідомої діяльності, відразу ж досить логічно визначаються, щонайменше, чотири напрямки подальшого вивчення: 1) хто відповідальний за її створення, хто

володіє засобами масової інформації та контролює їх? 2) як досягається необхідний ефект? 3) які ціннісні орієнтації створюваного таким чином світу? 4) як його сприймає аудиторія? [13]. Тобто Л. Мастерман орієнтує аудиторію на розвиток «критичного мислення», аналіз механізмів впливу й цінностей тієї чи іншої інформації.

Розмірковуючи про освітню парадигму «медіа як популярна культура» (popular arts paradigm), заснованої на виборчому принципі й орієнтації на кращі твори мистецтва, Л. Мастерман справедливо вказує, що «саме поняття вибірковості має подвійний сенс. З одного боку, воно має позитивне значення – «вибирати краще». З іншого боку, воно означає «несправедливе виключення ... Цей прихований елемент виключення – в даному випадку смаків та інтересів учнів, – без сумніву, завжди мав широку практику ... Напрямок вибіркового підходу полягав у наданні переваги художнім і експериментальним фільмам, а не масовій кінопродукції; серйозним газетам, змістовним телепередачам, присвяченим поточним подіям, документальним програмам, а не телегрі та мультфільмам. Іншими словами, вибірковість у цьому випадку виражалася в перевазі «високоінтелектуальних», серйозних смаків учителів над популярною загальнодоступною продукцією, яку з жадібністю поглинають учні. Проте об'єктом впливу є смаки більшості учнів у сфері засобів масової інформації» [13].

9. *Соціокультурна теорія медіаосвіти* (Social and Cultural Approach).

Основні положення соціокультурної теорії медіаосвіти: 1) розвиток медіа закономірно призводить до виникнення спеціальної професійної освіти в кожній новій сфері, пов'язаній із появою нових соціальних медіа; 2) у професіоналів, насамперед у викладачів спеціальних медіадисциплін, виникає потреба навчати ширші верстви населення мові медіа; 3) ця тенденція посилюється, оскільки суспільство усвідомлює великий вплив медіа на його життя [9].

10. *Культурологічна теорія медіаосвіти* (Cultural Studies Approach).

Основна мета медіаосвіти в культурологічній теорії медіаосвіти – допомогти учням зрозуміти, як медіа можуть

поповнити знання аудиторії. Медіапедагоги намагаються навчити учнів оцінці й критичному аналізу медіатекстів. Найбільш сильні позиції ця теорія має у Великобританії (С. Bazalgette, А. Hart та ін.) та Канаді (В. Duncan, С. Worsnop та ін.). Хоча є чимало її прихильників і в інших країнах світу (у Франції, Німеччині, Росії, Україні тощо).

На підставі проведеного аналізу теорій медіаосвіти російський дослідник О. Федоров встановив, що:

– до «захисного» підходу можна віднести як ін'єкційну, ідеологічну, так і естетичну теорії медіаосвіти, оскільки за цих підходів педагоги намагаються захистити учнів від негативного (на їх думку) впливу медіа;

– до «аналітичного» підходу в медіаосвіті відносяться теорія розвитку критичного мислення, семіотична, культурологічна і соціокультурна теорії медіаосвіти (при цьому ідеологічні, етичні та естетичні підходи в медіаосвіті також припускають критичний аналіз медіатекстів);

– «практична теорія» медіаосвіти в чистому вигляді відрізняється від «захисної» або «аналітичної», але практичні підходи в якості складової частини в тому чи іншому вигляді присутні майже в усіх концепціях медіаосвіти;

– у більшості випадків теорії медіаосвіти підпорядковані центральній ролі школяра/студента, що відповідає принципам рівності, свободи, розвитку в психологічних стосунках між педагогом і учнями» [6, с. 49].

Українська дослідниця Г. Онкович наголошує, що час говорити вже й про медіа-дидактичну теорію медіаосвіти та орієнтувати дослідників на перспективу роботи в цьому напрямі. На її думку, медіа-дидактична теорія освіти присутня при створенні медіапродукту, при підготовці фахівців у галузі медіа. Викладачі, котрі працюють у вишах, де готують медійників, через навчальні обставини – медіадидакти. Пресодидакти (якщо вони навчають творити пресові видання, теледидакти) навчають творенню телепродуктів, інтернет-дидакти занурюють учнів у простір комп'ютерних технологій тощо. Тобто педагоги готують фахівців для роботи в інформаційному просторі й використовують для цього

різні технології. Дослідники, котрі переймаються проблемами впливу мас-медіа, теж, безперечно, є медіадидактами [4].

У руслі сучасних тенденцій, наприклад, у Великобританії та Канаді найбільш пріоритетними наразі є культурологічна, критична, семіотична та практична теоретичні концепції медіа, в яких визначені такі можливості медіаосвіти: використовувати масові комунікації в соціумі для розвитку комунікаційних здібностей людини; начатися, як аналізувати і створювати медіатексти; визначати джерела медіатекстів, їх політичні, соціальні, комерційні та/або культурні інтереси, їх контекст; інтерпретувати медіатексти і цінності, поширювані в медіа тощо.

Кожна з розглянутих теорій спрямована на розвиток медіаграмотності аудиторії і сприяє підвищенню рівня її медіакультури. Аналіз наукової літератури засвідчує виокремлення таких основних теорій медіаосвіти: ін'єкційна, ідеологічна, семіотична, культурологічна, споживання і задоволення потреб, критична, теологічна тощо. Така велика кількість теорій свідчить про те, що майже всі концепції медіаосвіти мають практичні підходи, що є свідченням збалансованості медіаосвітнього процесу. Перспективи наших подальших досліджень ми вбачаємо в більш розгорнутому аналізі теорій медіаосвіти та дослідженні генези їх розвитку.

Література

- 1. Гончаренко С. У.** Український педагогічний словник / С. У. Гончаренко. – К. : Либідь, 1997. – 375 с. **2. Концепція** впровадження медіаосвіти в Україні [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://osvita.mediasapiens.ua/mediaprosvita/mediaosvita/kontseptsiya_vprovadzhennya_mediaosviti_v_ukraini/. **3. Медіаосвіта** та медіаграмотність : короткий огляд / Іванов В., Волошенюк О., Кульчинська. – [2-ге вид., стер.]. – К. : АУП, ЦВП, 2012. – 58 с. **4. Онкович Г. В.** Теорії медіаосвіти [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://esnuir.eenu.edu.ua/bitstream/123456789/8593/1/Onkovich>. **5. Фёдоров А. В. Медиаобразование** в Бельгии [Электронний ресурс] / А. В. Федоров. – Режим доступа : <http://www.evartist.narod.ru/mdo/mdi/003>. **6. Фёдоров А. В.** Медиаобразование и медиаграмотность : [учебное пособие для вузов] / А. В. Фёдоров. – Таганрог : Изд-во Кучма, 2004. – 340 с. **7. Фёдоров А. В.** Основные медиаобразовательные модели в ведущих англоязычных странах // Школьные технологии. – 2010. – № 6. – С. 109-118. **8. Теорія**

використання та задоволення [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <https://uk.wikipedia.org/wiki>. **9. Conlin L.** Media Effects and Cultural Approaches to Research [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.slideshare.net/LindseyConlin1/chapter-15-media-effects-and-cultural-approaches-to-research>. **10. Critical thinking** [Електронний ресурс]. – Режим доступу : https://en.wikipedia.org/wiki/Critical_thinking. **11. Follman M.** Taking a Different Ethical Approach in the Media Coverage of Mass Shooters [Електронний ресурс] / M. Follman. – Режим доступу : <http://www.nytimes.com/roomfordebate/2015/10/09/how-should-the-news-media-cover-mass-shooters/taking-a-different-ethical-approach-in-the-media-coverage-of-mass-shooters>. **12. International Encyclopedia of the Social & Behavioral Sciences** [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.sciencedirect.com/science/article/pii/B0080430767023354>. **13. Masterman L.** Teaching the Media [Електронний ресурс] / L. Masterman. – London : Comedia Publishing Group, 1985. – 341 p. – Режим доступу : <http://ojs.statsbiblioteket.dk/index.php/mediekultur/article/view/830/737>. **14. Piette J.** The Theoretical Foundation of Media Education / J. Piette, L. Giroux // Media Literacy in the Information Age / Ed. : R. Kubey. – New Brunswick (U.S.A.) and London (UK) : Transaction Publishers, 1997. – P. 89-134. **15. Tyner K.** Literacy in the Digital World: Teaching and Learning in the Age of Information [Електронний ресурс] / К. Тйнер. – Режим доступу : <https://books.google.com.ua/books?hl=en&lr=&id= TuJQAAQBAJ&oi=fnd&pg=PP1&dq=Literacy+in+a+digital+world:+Teaching+and+learning+in+the+age+of+information>

SUMMARY

Prykhodkina N. Basic theoretical concepts of media education.

Technological innovations, expansion of global media empires, an explosion of new media, and the unrestricted commercial targeting of children have all contributed to an environment where today's youth are growing up in a mediated world far different than any previous generation. While technological advancements have created new possibilities for the free flow of information, social networking and global activism, there is also the potential for corporations and governments to increase their control over media, restrict the flow of information, and appropriate these new tools for profit and control at the expense of free expression and democracy. In the second half of the XX century the media educational paradigm was strengthened in scientific discourse. It includes a set of values, methods, technical means, aimed at the formation of personality, able to adapt to the information society and to carry out a number of essential functions. Information and communication space of culture media is differently oriented to

the discourses that influence the value system and concept of socio-cultural space. Therefore, in different countries there are different approaches to media culture and media education. This article analyzes the theoretical approaches to media education. The author analyzes the problem of the genesis of the basic theoretical concepts of media education in terms of goals, objectives, content components. Media education is the process through which individuals become media literate – able to critically understand the nature, techniques and impacts of media messages and productions. Media education is actively focused on the instructional methods and pedagogy of media literacy, integrating theoretical and critical frameworks rising from constructivist learning theory, media studies and cultural studies scholarship. The basic theories of media education are analyzed in this article: Semiotic Approach, Ideological Approach, Media as Popular Arts Approach, Practical Approach, Uses and Gratifications Approach, Protectionist Approach, Ethic Approach, Critical Thinking approach, Social and Cultural Approach, Media-didactic Approach. The abundance of theories suggests that almost of all media education concepts have practical approaches which balance media educational process.

Key words: informatization, critical thinking, media, media culture, media education, media educator, pedagogy, theory of media education.