



УДК 37.03(373.3)

**Бондур Ю.В.**, Інститут проблем виховання АПН України

**Бондур Ю.В.**, Інститут проблем виховання АПН України

## Художнє виховання старшокласників засобами медіа-культури

*Статтю присвячено аналізу досвіду включення медіа-культури до художнього виховання старшокласників у дослідженнях зарубіжних та вітчизняних вчених. Розглянуто концепції та підходи до художнього виховання засобами медіа-культури та їх практичне втілення у процес виховання.*

*The article is dedicated to the analysis of the experience of including media-culture to the process of senior school-children artistic education/ Ideas and approaches of foreign and our country scholars on artistic education with the help of media-culture and its practical use are under our observation.*

Людина ХХІ століття живе в медіатизованому просторі інформаційного суспільства, що складає її нове середовище буття, реальність сучасної культури. Засоби масової комунікації, нові технології (насамперед, аудіовізуальні: телебачення, кіно, відео та мультимедійні – Інтернет) проникли в усі сфери життя. Медіа стали основним засобом виробництва культури сьогодні, а не тільки комунікаційним механізмом. Медіатизація стала визначати багато параметрів естетики соціуму, індустрії, політики. Відбулася глобалізація мережі інформаційних технологій, у яку поступово включаються й асимілюються вітчизняні комунікаційні системи.

Включення України в глобальний інформаційний простір, який є невід'ємною складовою сучасної цивілізації, стало одним з найважливіших факторів у формуванні особистісних характеристик молодого людини, серед яких чималу роль відіграють естетичні уявлення і цінності, естетичне ставлення до дійсності. З перших років свого життя ми потрапляємо в поле, створене мережею масових комунікацій (т.зв. медіа, що включають усі види засобів масової інформації, які функціонують у глобальному культурному просторі за допомогою нових технологій і об'єднують у собі соціокультурні значення його різномірних компонентів).

У зв'язку з цим виникає проблема взаємодії інформаційного середовища на структуру ціннісних орієнтацій, становлення естетичного відношення до нового явища молоді. Співіснування цього середовища і суб'єкта носить суперечливий характер, що пояснюється багатоконпонентною природою його складових, а значить, і процес художнього виховання набуває нового значення.

Проблема художнього виховання засобами окремих видів мистецтв та їх взаємодії розглядалася у працях вітчизняних вчених: Н.Є.Миропольською, Н.Й.Волошиною, О.Г.Ігнатівич, О.В.Турською, Н.Ю.Невмерович, С.Ю.Дитьковою та ін. (мистецтво слова); Г.П.Шевченко, М.Г.Левченко, І.Є.Зайцевою та ін. (театральне мистецтво); Л.І.Косяк, Г.В.Карась, О.А.Маленицькою, Л.С.Єнтіс, І.М.Мілютіною, Є.А.Антонівич (фольклор, декоративно-прикладне та народне образотворче мистецтво); О.Н.Дем'янчук, Б.А.Брилін (музика); В.В.Демиденко, Л.Л.Бутенко (засобами взаємодії мистецтв).

Вивчення аудіовізуальної медіа-культури у контексті творчої орієнтації особистості почалося у 60-х роках ХХ сторіччя. Перші уявлення про неї склалися як базові моделі медіа-культури, а відтак, і медіа-освіти, в яких головним чином розглядалася перцептивна діяль-

ність та художнє виховання (Л.М.Баженова, О.А.Баранов, І.С.Левшина, О.Ф.Нечай, С.М.Пензін, Ю.М.Усов), комунікація (А.В.Спічкін, О.В.Шариков), практичні вміння (Л.П.Прессман). У 90-х роках ХХ ст. вивчення теоретичних аспектів аудіовізуальної та екранної культури набуло нового та більш значущого сенсу. У своїх роботах А.С.Вартанов, В.І.Міхалкович, К.Е.Разлогов, М.І.Туровська, О.В.Шариков, М.Я.Ямпольський продовжують дослідження щодо взаємовпливу засобів масової інформації та розвитку художніх смаків і художньої культури особистості.

Питання художньо-естетичного виховання старшокласників у процесі опанування медіа-культури все ще є новим у дослідженнях вітчизняних вчених. Однак зацікавленість цією проблемою виявляють багато педагогів та вихователів. Так, наприклад, Шандрук С.І. вивчає виховання ціннісних орієнтацій старшокласників засобами масової інформації, Попова Д.А. досліджує формування загальнолюдських цінностей у старшокласників засобами масової інформації в сучасних умовах. Робота Мірошніченко В.І. присвячена підготовці вчителів до естетичного виховання школярів у сучасному інформаційному просторі. Було складено програму для загальноосвітніх навчальних закладів України: “Медіа-культура. Художня культура України. Зарубіжна художня культура” канд. пед. наук Л.М.Масол та д-ром пед. наук Н.С.Миропольською. З вересня 2002 року предмет “Медіа-освіта в Україні” (за авторською програмою вчителя О.Дітчук, складеною у співпраці із фахівцями Інституту екології засобів масової інформації Львівського національного університету ім. Івана Франка – проф., д-ром філологічних наук Б.Потятиником та канд. філологічних наук Н.Габор) читається у 9-х класах СШ № 77 м. Львова.

Мета цієї статті – аналіз досвіду включення медіа-культури до художнього виховання старшокласників у дослідженнях зарубіжних та вітчизняних вчених.

Художньо-естетичне виховання у широкому значенні розуміється як “формування естетичних якостей особистості через залучення до цінностей мистецтва, вітчизняної та світової культури”; у педагогічному (вузькому) значенні як “забезпечення спеціально організованих умов для духовного збагачення особистості засобами мистецтва, формування естетичної культури, світоглядних уявлень, ціннісних художніх орієнтацій у соціокультурному просторі” [1; 4-5].

На наш погляд, сьогодні найбільш значущими для вирішення цього питання є концепції, пов’язані з вихованням художнього ставлення, художніх смаків та почуттів засобами медіа-культури.

Термін “медіа-культура” є відносно новим. Він з’явився тільки у ХХ сторіччі для визначення особливого типу культури, пов’язаного з новітніми засобами комунікації. Існує два найбільш розроблених визначення “медіа-культури”. Згідно з О.В. Федоровим та Н.Б. Кириловою медіа-культуру розуміють як “сукупність інформаційно-комунікативних засобів, які було вироблено людством у процесі культурно-історичного розвитку, що сприяють формуванню громадської свідомості та соціалізації особистості. Усі медіа (аудіальні, друковані, візуальні, аудіовізуальні) містять у собі культуру подання інформації та культуру її сприйняття”, а також “систему рівнів розвитку особистості, здатної до “читання”, аналізу та оцінки медіа тексту, заняття медіа-творчістю, опанування нових знань, умінь засобами медіа” [3, с. 31].

У свою чергу, О.В. Шариков розглядає медіа-культуру як “частину загальної культури, пов’язаної із засобами комунікації, понад усе масової комунікації”. За ним цей термін слід розуміти в двох аспектах. “З одного боку – в соціальному плані (культура суспільства – медіа-культура суспільства). В цьому випадку мова йтиме про соціально-культурні явища, пов’язані з медіа (світ книг, світ телебачення, світ газет та журналів, світ радіо, світ Інтернет-ресурсів та ін.). З другого боку – в особистому плані (культура людини – медіа-культура людини), коли акцентується взаємодія людини зі світом медіа, її сприйняття та творче самовираження через комунікаційні засоби, які забезпечують повноцінну адаптацію людини в суспільство” [4, с. 26]. На наш погляд, останнє визначення більш конкретизує значення та зміст медіа-культури та шляхи її застосування для становлення людини у сучасному суспільстві.

Простір медіа-культури об’єднує не лише виробництво та розповсюдження образів, а й взаємообмін “інформацією” та “інтересів”: аудиторія сприймає як цікаву або корисну, в першу чергу, таку інформацію, що має відношення до неї особисто, і саме ця інформація користується у неї попитом. Однак виробництво медіа-продукції не лише зорієнтоване на інтерес аудиторії, а й викликане реальними інтересами (наприклад, економічними або політичними) певних спільнот, груп та особистостей, що прагнуть контролювати це виробництво.

Сучасну медіа-культуру характеризує інтенсивність інформаційного потоку (перш за все аудіовізуального: телебачення, кіно, відео, Інтернет), вона стає засобом комплексного опанування старшокласником навколишнього середовища у його соціальних, моральних, психологічних, художніх, інтелектуальних аспектах. Завдяки своїй доступності і “повсюдності” – засобом найвпливовішим.

І тут постає, на наш погляд, головна проблема інформаційного суспільства. Особистісну орієнтацію старшокласника нині утруднено плюралізмом системи цінностей. Він виявляється у суттєвій різниці між інфраструктурою інформаційного простору сьогодення, який надає людині доступ до всіх існуючих культурних цінностей (естетичних, політичних, релігійних, етнічних тощо), та системою цінностей нової епохи, яка вже не є традиційною ієрархічною пірамідою, а нагадує павутиння без єдиного центру. Інформаційному суспільству властива така “патологічна” особливість, як одночасне функціонування (в інтегрованому вигляді і різноманітних, найчастіше вигадливих, сполученнях) інформації деформованої та такої, що адекватно відбиває існуючий світ. Лише однією з багатьох, але найяскравішою ілюстрацією цієї тези є те, що комерціалізація засобів масової комунікації призводить до переваги в них насильства, сексу, реклами. З іншого боку, з’являється безліч освітніх програм, відеоматеріалів, комп’ютерних розвиваючих ігор і програм, що надають допомогу у вихованні, в розширенні кругозору та відкривають зовсім нові обрії знання.

Виникають суперечності між активізованим медіа-простором та шкільною практикою. Однією з головних особливостей сучасного нам інформаційного суспільства є перевага знання як системотворчої цінності серед інших цінностей людства. Дослідження показують, що в сформованій соціальній практиці критерієм цінності інформації може виступати збереження чи руйнування особистості як цілого: більшої цінності набуває та інформація, що сприяє збереженню особистості, актуалізує її прагнення до саморозвитку, самопізнання і т.п. А найменшої – та, що негативно впливає на особистість, веде до її руйнування. І чи не найбільшою небезпекою зазнає при цьому процес формування естетичної свідомості і поведінки школяра.

Тому постає питання про вироблення однієї з основних навичок, потрібних учневі, “естетичного імунітету”. Це передбачає наявність вміння орієнтуватися у сучасному світі інформаційного (медіатизованого) суспільства, яке змушує поглинати безперервний і постійно зростаючий потік інформації і в той же час критично-вибірково ставитися до запропонованих ним естетичних і художніх цінностей.

Для вирішення цієї проблеми було запропоновано у різних країнах педагогами та вихователями напрямок в освіті, який би займався безпосередньо впливом медіа на людину, навчав та виховував за допомогою медіа-культури.

Починаючи з 60-х років ХХ сторіччя у багатьох країнах світу (Великій Британії, Канаді, США, Австралії, Франції та ін.) в педагогічній науці й сформувався специфічний напрям

“медіа-освіта”. Ця спеціальність має на меті допомогти школярам адаптуватися у новому світі медіа-культури, засвоїти мову засобів масової інформації, придбати знання та вміння аналізувати медіа-тексти і т.п. Так, наприклад, в канадській провінції Онтаріо з 1987 року медіа-освіта стала обов’язковим компонентом навчання у 5000 середніх шкіл з 7 по 12 класи. 1989 року Рада Європи прийняла “Резолюцію з медіа-освіти та нових технологій”, в якій йшлося про те, що медіа-освіта повинна підготувати людину до життя у демократичному громадянському суспільстві, надати “розуміння структури, механізмів та змісту медіа”, розвинути “здібності незалежного критичного судження про зміст медіа. Визнаючи вирішальну роль медіа як телевізійного, радіо, кінематографічного і т.п. досвіду дітей, медіа-освіта повинна розпочинатися якнайраніше та тривати впродовж шкільних років у якості обов’язкового для вивчення предмету” [2; 12]. В Австралії статус обов’язкової у старших класах медіа-освіта отримала з 1990 року. А у Великій Британії цей напрямок інтегровано в уроки рідної мови [2; 12]. Проте, за всієї різноманітності підходів та концепцій, основою медіа-освіти є вивчення медіа-культури.

Аналіз теорії та практики медіа-освіти як вивчення значення та змісту медіа-культури надає можливість зробити висновок, що досі не існує єдиної теоретичної концепції медіа-освіти. О.В.Федоров, вивчаючи різні концептуальні напрями, визначив 7 загальних теоретичних підходів до вищезгаданої області [5]. Ми пропонуємо розглянути ті, на які можна спиратися у художньому вихованні.

По-перше, необхідно звернути увагу на концепцію формування “критичного мислення”. Основою цієї теорії є ствердження про медіа як “четверту владу”, що розповсюджує моделі поведінки та соціальні цінності серед різнобарвної маси індивідуумів. Тому метою медіа-освіти є захист молодого покоління від маніпулятивного впливу медіа, навчання орієнтації в інформаційному плинні сучасного демократичного суспільства. Засновниками цього напрямку можна назвати Ж.Гоне (Франція), Л.Мастерман, Р.Фергюсон, Д.Букінгем (Велика Британія), Л.Сімелі (США). Однак суттєвим недоліком концепції є звуження спектру вивчення до роботи з рекламою або телевізійними програмами, лишаючи осторонь художню сферу медіа [5, с. 6].

Культурологічна теорія медіа-освіти базується на твердженні, що медіа скоріш пропонує, а не нав’язує інтерпретацію медіатекстів. Аудиторія знаходиться у процесі діалогу з медіатекстом, вкладаючи різний зміст у сприйнятий медіатекст; самостійно аналізує та оцінює їх. Метою медіа-педагогів стає надання допомоги учням у розумінні, як медіа сприяють збагаченню знання

та естетичного сприйняття аудиторії. Змістовною частиною цієї концепції є ролі стереотипів, які розповсюджують медіа. Найбільш впливовою теорією є у Великій Британії (К.Безелгет, Е.Харт) та у Канаді (К.Ворсон, Б.Дункан).

Найбільш пильного вивчення потребує естетична (художня) теорія медіа-освіти. Вона була розроблена радянськими педагогами, однак не втратила свого значення й тепер. Мета цього напрямку у медіа-освіті – допомогти учням зрозуміти основні закони та мову художнього наповнення медіа-інформації, розвинути естетичне (художнє) сприйняття та смак, здібності до глибокого аналізу художніх медіа-текстів. Основним змістом цієї концепції стало вивчення мови медіа-культури, авторського світу творця художнього медіа-тексту, історії медіа-культури (кіномистецтва, художнього телебачення і т.п.). Визнаними лідерами цього напрямку стали О.Баранов, І.Вайсфельд, І.Левшина, С.Пензін, Ю.Рабинович, Ю.Усов, О.В.Федоров.

О.А.Баранов у своїх дослідженнях обґрунтував ефективність естетичного виховання й художньої освіти у кіно-клубі. [7] Також було розроблено концепцію синтезу кіно-освіти з курсом літератури, з опорою на аналіз екранізацій літературних творів (Ю.М.Рабинович) [8]. У 80-х цей “літературно орієнтований” напрямок продовжили дослідження Г.А.Полічко (1987).

Ю.Н.Усову належить видатна роль у докладній та поетапній розробці змісту та методів кіно-освіти молодіжної аудиторії з урахуванням моделі розвиваючого навчання, тобто розвитку творчої особистості учня в плані аудіовізуального сприйняття, уяви, зорової пам’яті, інтерпретації, аналізу, самостійного критичного мислення й т.п. Ю.Н.Усов обґрунтував також ефективну модель навчального аналізу фільму, що передбачає розгляд внутрішнього змісту ключових епізодів, які найбільш яскраво виявляють художні закономірності побудови твору в цілому, спробу зрозуміти логіку авторського мислення, виявлення авторської концепції й оцінки аудиторією системи авторських поглядів [9].

Реалізація вищезазначених концепцій висвітлила різноманітність підходів до освіти та виховання засобами медіа-культури. З них було виділено три основних: 1) інтегрований (за допомогою вже існуючих предметів – літератури, іноземної мови, образотворчого мистецтва, історії, музики – Л.С.Зазнобіна, А.А.Новикова, А.В.Спічкін та ін.); 2) факультативний (створення мережі факультативів, гуртків, клубів – О.А.Баранов, І.С.Левшина, Г.А.Полічко, Ю.Н.Усов, О.В.Федоров та ін.); 3) спеціальний (введення нового предмету, спецкурсу, пов’язаного з медіа-культурою – С.Н.Пензін, Г.А.Полічко, О.В.Федоров, Н.Б.Габор, Л.М.Масол, Б.В.Потятиник та ін.) [2].

Останній підхід було застосовано у різних програмах, рекомендованих до використання у загальноосвітніх навчальних закладах України. Основною метою цих програм було, насамперед, опанування знаннями та практичними вміннями в галузі засобів масової інформації. Однак всі автори програм підкреслюють значення та наголошують на виховних цілях, однією з яких (чи не найважливішою) є розвиток художніх здібностей, художнього сприйняття та використання отриманих знань і вмінь у художній діяльності [10; 11].

Аналіз цих програм показав, що їх практичний зміст базується на виконанні творчих завдань. У процесі здійснення творчих завдань застосовуються різноманітні способи діяльності: дескриптивний (переказ змісту, перелік подій медіатексту); класифікаційний (визначення місця медіатексту в історичному та соціокультурному контексті); аналітичний (аналіз структури, мови медіатексту, авторської концепції і т.п.); особистісний (опис стосунків, хвилювань, почуттів, спогадів, асоціацій, викликаних медіатекстом); пояснювально-оцінювальний (формування суджень про медіа-текст, про його достоїнства згідно з естетичними, моральними, художніми і т.п. критеріями).

Оскільки розвиток художнього сприйняття є важливим елементом художнього виховання, нами, спираючись на вже накопичений досвід, може бути запропоновано цикл творчих завдань [2; 9; 10]:

1. Літературно-імітаційні завдання.

А. Мета: засвоїти на практиці такі важливі поняття мови медіа, як “ідея”, “тема”, “фабула”, “сюжет”, “конфлікт”, “композиція”, “сценарій”, “екранізація”.

Запропонувати школярам виступити у ролі сценариста та написати:

- Сценарну розробку – “екранізацію” епізоду відомого літературного твору.
- Оригінальний міні-сценарій твору медіа-культури (наприклад, телесюжет на 1-3 хвилини).
- На основі своєї сценарної розробки підготувати “режисерський сценарій” твору медіа-культури (фільм, телепередача, відеокліп, комп’ютерна анімація тощо) з урахуванням планів, ракурсів, руху камери, монтажних принципів.
- Оригінальний текст (стаття, репортаж, інтерв’ю тощо) для газети, Інтернет-сайту.

Найбільш вдалі виносяться на колективне обговорення та обираються для подальшої роботи.

Виконання цих завдань сприяє накопиченню власного досвіду про роль автора-сценариста у створенні медіатекстів та основу структури твору медіа-тексту. На базі творчої діяльності роз-

вивається творчий потенціал та мислення, фантазія, уява, що є показником художнього розвитку особистості в галузі медіа-культури [12; 13].

Б. Мета: засвоєння понять “настанова на медіа-сприйняття”, “процес медіа-сприйняття”, “співчуття”, “співтворчість”, “рівні медіа-сприйняття”, “типологія медіа-сприйняття”, “система емоційних перепадів”, “феномен масового успіху”, “функції медіа-культури” тощо.

- Скласти розповідь від імені головного героя або другорядного персонажу медіатексту із збереженням особливостей його характеру, лексики тощо.
  - Поставити героя медіатексту в змінену ситуацію ( із зміною назви, жанру, часу, місця дії медіатексту, його композиції: зав’язки, кульмінації, розв’язки, епілогу тощо; віку, статі, національності персонажа).
  - Скласти розповідь від імені одного з неживих предметів, що є у медіатексті, змінивши ракурс оповіді у парадоксальний, фантастичний бік.
  - Пригадати прозаїчні, поетичні, театральні, живописні, музикальні твори, що асоціюються з тим чи іншим витвором медіакультури, обґрунтувати свій вибір.
  - На прикладі конкретного медіатексту масової (популярної) культури зробити спробу розкрити механізм чергування епізодів, які викликають позитивні та негативні емоції в аудиторії.
  - За списком найпопулярніших медіатекстів зробити спробу обґрунтувати причини їх успіху (опора на міф, фольклор, видовищність жанру, щасливий кінець, авторська інтуїція тощо).
  - За рекламними анотаціями, роликами скласти прогноз успіху нових медіатекстів у глядача.
2. Зображувально-імітаційні завдання. Мета: прорекламувати готові медіатексти, розвинути вміння у невербальній формі передати свої враження від перегляду творів медіа-культури.
- Створення рекламних афіш до улюбленого фільму, телепередачі за допомогою фотоколажа або оригінального малюнка.
  - Створення малюнків та колажів на тему вітчизняних та зарубіжних творів медіакультури.
  - Створення мальованих “коміксів” за мотивами різних медіатекстів з урахуванням віку аудиторії.

Усі розробки беруть участь у конкурсі афіш, колажів, малюнків, коміксів. Проходить обговорення робіт, авторам пропонується публічно захищати свої твори.

Увесь цей комплекс завдань творчого характеру слугує доповненням до знань та вмінь, що

вже існують, та подальшому розвитку фантазії, уяви, асоціативного, творчого, критичного, індивідуального мислення, пізнавальних інтересів. Отримані знання та вміння поєднуються з поняттями з курсу літератури (тема, ідея, сюжет), світової художньої культури (колір, світло, композиція, ракурс), музики (темп, ритм).

За допомогою вищезгаданих завдань покращуються такі показники розвитку у галузі медіакультури:

- 1) емоційна активність міркувань (від формальних за допомогою вчителя – до більш яскравого, образного відбиття своїх медіавражень);
- 2) розвиток образного мислення (від стихійного, інтуїтивного – до свідомого оперування образами сприйняття та художнього уявлення);
- 3) вміння часткового аналізу медіатекстів (повноцінний, цілісний аналіз звукозорової, просторово-часової структури динамічних художніх образів творів медіакультури).

Узагальнюючи досвід зарубіжних та вітчизняних вчених, що розглядали проблеми виховання молоді на матеріалі медіакультури, та посилаючись на зміст та сутність художнього виховання, можна зробити наступні висновки:

- Стандартизація освітніх систем різних країн з огляду на освітню політику Європейського Союзу та Болонський процес, підкріплені впровадженням нових інформаційних технологій, різким зростанням шкіл- та ВУЗів-on-line, потребує розширення знань, умінь та навичок учнів. Успішна робота у сфері багатьох професій практично неможлива без розвинутих здібностей до постійної самоосвіти.
- Великого значення в інформаційному суспільстві набуває цілеспрямований розвиток інформаційної та медіакультури особистості, що забезпечить як умови для її творчого розвитку в сформованому середовищі, так і захист від інформаційного маніпулювання. Шкільне виховання стає провідним у цьому процесі, тому що у порівнянні з іншими інститутами виховання має більш реальні можливості для її вирішення.

У зв’язку з цим ми вважаємо необхідним враховувати нові цілі та завдання, які визначають напрямок сучасної системи художнього виховання:

- адаптація учнів до сучасного соціокультурного середовища за допомогою медіакультури;
- активізація використання новітніх освітніх та інформаційних технологій для загального розвитку школярів;

- інтеграція технологій медіа-освіти до системи розвиваючих занять у вже існуючих предметах (літературі, іноземній мові, образотворчому мистецтві, історії, музиці) для активізації пізнавальної діяльності школярів;

- виявлення нових можливостей художнього виховання засобами медіа-культури, що спиратиметься на самостійне критичне осмислення, потенціал особистості та її творчі можливості.

## Література

1. Концепція художньо-естетичного виховання учнів у загальноосвітніх навчальних закладах України (Л.Масол) // Шкільний світ (вкладка). – 2002. – № 9. – С. 1-16.
2. Федоров А.В. Медиаобразование и медиаграмотность. – Таганрог: Изд-во “Кучма”, 2004. – 340 с.
3. Кириллова Н.Б. Медиакультура: от модерна к постмодернизму. – М.: Академический Проект, 2005. – 448 с.
4. Шариков А.В. Медиаобразование: мировой и отечественный опыт. – М.: Академия педагогических наук СССР, 1990. – 66 с.
5. Федоров А.В., Новикова А.А. Основные теоретические концепции медиаобразования // Вестник Российского государственного гуманитарного фонда. – 2002. – № 1. – С. 149-158.
6. Гоне Ж. Освіта і засоби масової інформації. – К.: К.І.С., 2002. – 100 с.
7. Баранов О.А. Экран становится другом. – М.: Просвещение, 1979. – 96 с.
8. Рабинович Ю.М. Кино как средство воспитания школьников (опыт создания системы) // Кино: прокат, реклама, методика, практика. – М.: Союзинформкино, 1986. – 32 с.
9. Усов Ю.Н. В мире экранных искусств. – М., 1995. – 224 с.
10. Програми для загальноосвітніх навчальних закладів України // Медіа-культура. Художня культура України. Зарубіжна художня культура / Уклад.: Л.М.Масол, Н.Є.Миропольська. – Тернопіль: Навчальна книга. – Богдан, 2004. – 48с.
11. Програма спеціального курсу для середньої загальноосвітньої школи // Медіа-освіта в Україні / Уклад.: О.Дітчук, Б.В.Потятиник, Н.Б.Габор. – (Ефектронний ресурс). – <http://mediakrytyka.franko.lviv.ua>
12. Федоров А.В. Медиаобразование будущих педагогов. – Таганрог: Изд-во “Кучма”, 2005. – 314 с.
13. Масол Л.М. Медиакультура як компонент освіти // Мистецтво і освіта. – 2003. – № 2. – С. 2-7.