

**Паукова Аліна**  
аспірант кафедри педагогіки та історії педагогіки  
Луганського національного університету імені Тараса Шевченка,  
м.Луганськ, Україна  
ORCID: 0000-0002-6392-883X,  
e-mail: [alinusua@gmail.com](mailto:alinusua@gmail.com)

## МЕДІАГРАМОТНІСТЬ ЯК ПРІОРИТЕТНИЙ НАПРЯМ ПЕДАГОГІКИ У СФЕРІ ІНФОРМАЦІЙНОГО ЗАХИСТУ ДІТЕЙ НА СТОРІНКАХ ПЕДАГОГІЧНОЇ ПРЕСИ США

**Анотація.** Різноманітні види медіаресурсів відіграють домінуючу роль у житті підростаючого покоління. Незважаючи на позитивне значення і можливості, які надають інформаційні технології, з кожним днем збільшується їхній негативний вплив. Цим визначається актуальність формування та розвитку медіаграмотності у дітей. Тому в статті розглянуто основні питання формування та практики медіаграмотності в США. Автор аналізує масив публікацій, в яких розглянуто історію і розвиток медіаосвіти та медіаграмотності в США зарубіжними й українськими авторами. Надається детальний опис терміна «медіа» та розглядаються види медіа. У статті визначено та проаналізовано терміни «медіаосвіта» та «медіаграмотність». Автор розглядає вплив медіа повідомлень: питання громадської охорони здоров'я, таких, як ожиріння, знущання і агресія, низька самооцінка, депресія, негативний образ тіла, ризикована сексуальна поведінка, зловживання наркотичними речовинами і алкоголем, вживання тютюнових виробів, всі види кіберзалякування. Автор висвітлює шкільну медіаосвіту в США, яка є офіційно інтегрованою в навчальні програми у всіх п'ятдесяти штатах країни. Надається аналіз методів, прийомів і технік в освітньому процесі для розвитку медіаграмотності учнів. Автор розкриває технологію «П'ять ключових питань і принципів» для аналізу медіаповідомлень, якими діти повинні керуватися, аналізуючи медіаповідомлення. У статті розглядаються ключові концепції медіаграмотності, які дозволяють учням мати більш глибоке і критичне розуміння медіа повідомлень. Ці концепції призначені для медіа-практиків, шкільних навчальних програм 1-12 класів, батьків, професорів, консультантів, художників, працівників ЗМІ. Висвітлюється метод новинної грамотності і поточних подій та його використання в різних навчальних предметах та курсах.

**Ключові слова:** медіаграмотність, медіатехнології, медіаосвіта, критичне мислення, інформаційний захист.

**Постановка проблеми.** У вік інформаційних технологій для успішної життєдіяльності сучасна людина не може бути осторонь інформаційних потоків. Головна проблема полягає не в тому, щоб отримати певну інформацію, а в тому, щоб визначити, яка інформація потрібна. Велика кількість інформації призводить до того, що сучасна людина ризикує «потонути» в інформаційному просторі. Але найважливішою загрозою є недостовірна інформація, яка може завдати шкоди. На жаль, багато сучасних медіаресурсів не перевіряють достовірність даних, а лише використовують численні маніпулятивні технології, що спрямовані на безпідставне формування позитивного іміджу шкідливих звичок, насильства та контенту сексуального характеру. Тому, особливе значення має робота з інформацією, коли йдеться про дітей та підлітків. Сьогодні діти і молодь ростуть у світі з великою кількістю медіа, які здійснюють потужний вплив на те, як вони сприймають навколишнє середовище.

Термін «медіа» в цілому відноситься до повідомлень засобів масової інформації, що передаються через візуальну, мовну або звукову форми, які виробляються для масової аудиторії за допомогою тієї чи іншої форми технології. До них відносяться традиційні друковані медіа (наприклад, книги, газети, журнали); аудіовізуальні медіа (наприклад, комп'ютерні ігри, Інтернет, блоги, вікі). Медіа також включають музичні записи, рекламу в усіх її формах, бігборди та навіть більшість етикеток на товарах (UNESCO, 1999, с. 273-274). Медіа можуть розважати та інформувати дітей в позитивному сенсі. Однак багато медіаповідомлень стосуються питань громадської охорони здоров'я, серед яких: ожиріння, знущання і агресія, низька самооцінка, депресія, негативний образ тіла, ризиківана сексуальна поведінка, зловживання наркотичними речовинами і алкоголем, вживання тютюнових виробів, всі види кіберзалякування та ін. У дітей та підлітків немає життєвого досвіду, тому вони схильні до сліпого наслідування привабливих образів. Для того, щоб бути зацікавленими і критично налаштованими медіаспоживачами, діти повинні розвивати навички медіаграмотності. Вони повинні вміти працювати з інформацією. Саме на це спрямовані уроки з медіаграмотності, які вже кілька десятиліть стали частиною шкільної програми в США, Великій Британії, Німеччині, Австралії, країнах Північної Європи. Сьогодні міжнародна організація ЮНЕСКО підкреслює, що медіаосвіта і медіаграмотність є пріоритетними напрямками розвитку педагогіки, визначає їх як частину основного права кожного громадянина будь-якої країни на свободу вираження поглядів та отримання інформації і рекомендує включити їх в національні навчальні плани всіх держав та в систему додаткової неформальної освіти (UNESCO, 1999, с. 268). Отже, розвиток медіаосвіти серед підростаючого покоління є актуальною педагогічною проблемою. Спираючись на те, що сьогодні США є одним зі світових лідерів у сфері медіаграмотності, вважаємо за доцільне розглянути і проаналізувати її досвід у цій сфері, що, на нашу думку, сприятиме більш ефективному процесу розвитку медіаграмотності в Україні.

**Аналіз останніх досліджень з проблеми.** Історія і розвиток американської медіаосвіти та медіаграмотності є предметом багатьох наукових досліджень зарубіжних і українських авторів. Результати сучасних українських досліджень з цієї проблеми викладені в роботах Б. Потятиник, Г. Онкович, Л. Найдьяновій, А. Шарикова і ін. Проблеми теорії і методики медіаосвіти США відображені в роботах таких зарубіжних дослідників, як К. Безелгетт (Bazalgette C.), Д. Букінгем (Buckingham D.), К. Ворсноп (Worsnop Ch.), Б. Дункан (Duncan B.), Р. Кьюбі (Kubey R.), М. Маклюен (McLuhan M.), Л. Мастерман (Masterman L.), Э. Харт (Hart T.), Дж. Пандженте (Pungente J.) та ін. Розвиток медіаосвіти США висвітлено в роботах таких американських авторів: Ф. Бейкер (Beyker Ph.), Дж. Джонсон (Johnson J.), Д. Клустер (Cluster D.), Д. Консідайн (Considine D.), Р. Корнелл (Cornell R.), К. Тайнер (Tyner K.), К. Монтгомері (Montgomery K), Ф. Рогов (Rogow F), Э. Томан (Thoman Э.), Р. Хоббс (Hobbs R) та ін.

**Мета** нашої статті полягає в тому, щоб розглянути і проаналізувати основні цілі, методику, принципи, зміст, засоби та форми медіаграмотності у США.

**Виклад основного матеріалу дослідження.** На сторінках педагогічної преси США медіаосвіта і медіаграмотність є ключовими поняттями у сфері захисту від негативного впливу, підготовки підростаючого покоління до життя в інформаційному середовищі та сприяють усвідомленню участі в медіасередовищі і формуванню медіакультури.

Сьогодні в США медіа грамотність є пріоритетним напрямком розвитку освіти, де існує сформована система медіапедагогіки. Педагоги США використовують безліч методів, прийомів і технік у освітньому процесі для розвитку медіаграмотності учнів. Шкільна медіаосвіта в США знаходиться на досить високому рівні і є офіційно інтегрованою в навчальні програми. У всіх п'ятдесяти штатах медіаосвіту інтегровано в навчальну дисципліну Словесність (Language Arts), яка спрямована на використання

візуальних умінь і стратегій для розуміння та інтерпретації візуальних медіатекстів та розуміння особливостей і компонентів медіа текстів різних напрямків (Moore, 2013, с. 281-285).

Члени Національної асоціації освіти медіаграмотності (National Association for Media Literacy Education) (NAMLE) розробили «П'ять ключових питань і принципів», якими діти повинні керуватися, аналізуючи медіа повідомлення (Metzger, Flanagin, Markov, Grossman, Bulger, 2015, с. 325-348).

### П'ять ключових питань для аналізу медіаповідомлень

1.	2.	3. Запитання
Автори та аудиторія	Авторство	1. Хто створив це повідомлення?
	Цілі	2. Чому це було зроблено? На що воно спонукає мене? 3. Хто є цільовою аудиторією?
	Економіка	4. Хто заплатив за це?
	Вплив	5. Хто може отримати вигоду з цього повідомлення? 6. Хто може постраждати від нього? 7. Чому це повідомлення може бути важливим для мене? 8. Що автор хоче, щоб я запам'ятав?
	Реакція	9. Які дії я міг би прийняти у відповідь на це повідомлення?
Повідомлення і значення	Зміст	10. Про що це повідомлення (і те, що змушує вас думати так)? 11. Які ідеї, цінності, інформацію та / або точки зору висвітлює повідомлення? Що мається на увазі? 12. Що залишилося не врахованим у цьому повідомленні, але могло б бути важливим?
	Методи	13. Які методи використовуються для того, щоб привернути увагу? 14. Чому ці методи використовуються? 15. Як вони переплітаються у повідомленні?
	Інтерпретації	16. Як можуть різні люди розуміти це повідомлення по-різному? 17. Яка моя інтерпретація цього і що я дізнаюся про себе з моєї реакції або інтерпретації?
Репрезентації та реальність	Контекст	18. Коли це було зроблено?
	Правдоподібність	19. Чи є це фактом, думкою або чимось іншим? 20. Наскільки це є правдоподібним (що змушує вас так думати)? 21. Які є джерела інформації, ідеї або твердження? 22. Чи можу я довіряти цьому джерелу?

Дослідник М. Метцгер (Metzger M.) з Каліфорнійського університету вважає, що багато людей використовують дуже поверхневі критерії для оцінки якості повідомлення. Привабливість, надійність і досвід впливають на наші рішення про довіру людям, інформації та ідеям. Діти молодшого віку можуть бути більш

сприйнятливі до медіадезінформації і меншою мірою. здатні розрізнати достовірні джерела. Але насправді, мало хто перевіряє інформацію, яку знаходить в Інтернеті. Як дорослі, так і діти, як правило, некритично довіряють інформації, яку знаходять з будь-якого джерела. Дослідниця наголошує, що для того, щоб судити про достовірність інформації, важливо почати з відповіді на три основних питання: Хто автор? Яка мета цього повідомлення? Як було побудовано це повідомлення? Ці прості, але потужні питання необхідні учням, щоб вони могли оцінити відносну достовірність медіаповідомлень (Metzger,2015, с. 332).

Національна асоціація освіти медіаграмотності (NAMLE) разом з ключовими питаннями запропонувала педагогам основні концепції медіаграмотності. Розробляючи ці концепції, автори побудували їх на основі попередньої гуманітарної освіти, а також у зв'язку освіти із засобами масової інформації та кінознавством, громадською охороною здоров'я і психологією. Ці концепції задовольняють потреби широкого кола медіапрактиків, шкільних навчальних програм 1-12 класів, батьків, професорів, консультантів, художників, працівників засобів масової інформації. Розробники Національної асоціації освіти медіаграмотності (NAMLE) вважають, що ці поняття створюють своєрідну аналітичну модель, котра спрямовує учнів на більш глибоке і критичне розуміння медіаповідомлень.

### Ключові концепції медіаграмотності

Концепція	Значення
1. Всі медіа повідомлення є конструкціями.	Це найбільш важлива ідея. Медіа не просто відображають навколишню реальність. Медіа повідомлення презентують ретельно створені тлумачення, які є результатом численних рішень, факторів та вибору. Задача медіаграмотності – деконструувати ці тлумачення, розглянути їх окремо, щоб показати, як вони зроблені.
2. Медіа повідомлення побудовані з використанням творчої мови зі своїми правилами.	Ця концепція досліджує формат медіа повідомлення та шляхи побудови повідомлення, творчі компоненти, які використовуються – слова, музика, колір, рух, кут огляду камери та ін. Мета цієї концепції – допомогти учням побудувати внутрішню пам'ятку, яку вони можуть застосовувати до будь-якого медіа повідомлення в будь-який час.
3. Різні люди інтерпретують однакові медіа повідомлення по різному.	Ця концепція включає в себе дві важливі ідеї: наші відмінності впливають на наші різні інтерпретації медіа повідомлень, та по-друге, наші подібності створюють спільне розуміння. Кожен член аудиторії приносить до кожного медіа повідомлення унікальний життєвий досвід (вік, стать, освіта, культурна виховання і т.д.), які, коли застосовуються до тексту або в поєднанні з текстом – створюють унікальні інтерпретації.
4. Медіа є репрезентацією навколишнього світу та мають вбудовані значення і точки зору.	Усі медіа повідомлення відображають цінності, відносини і точки зору тих, хто їх конструює. Прийняття рішень і вибір персонажу, його віку, статі або раси, способу життя, відносин і поведінки, які зображаються у медіа, вибір оточення (міське, сільське, багате, бідне), дій і реакцій в сюжеті, – лише деякі із засобів, що як цінності впроваджуються в телевізійному шоу, кіно або рекламі. Вміння розпізнавати і називати відсутні перспективи також є критичними навичками.
5. Медіа повідомлення мають політичні та економічні значення і	Усі медіа повідомлення мають мотив або мету. Для того, щоб відповісти на повідомлення відповідним чином, ми повинні бути в змозі бачити за межами основних

цілі та побудовані з метою отримання прибутку.	контекстних мотивів інформування, переконання або розваг.
--	---

Медіапедагоги використовують ключові концепції медіаграмотності, які забезпечують ефективну основу для вивчення усіх форм медіа та масової культури. Ці ключові поняття діють як фільтри, які будь-який медіатекст повинен пройти для того, щоб учні критично реагували на нього (Hobbs, 2007, с. 43-98).

За словами Ф. Рогова (Rogow F.), учні вчаться використовувати відповідні питання для оцінки та аналізу медіаповідомлень та замислюватися про медіаповідомлення, які вони створюють. Діти зазвичай задають запитання до всіх медіаповідомлень, а не тільки до тих, з якими вони не погоджуються (Rogow, 2009, с. 72-74) Як зазначає Р. Хоббс (Hobbs R.), використання ключових концепцій і питань для аналізу медіаповідомлення є основною методикою розвитку критичного мислення в учнів (Hobbs, 2007, с. 67).

Д. Безелгет (Bazalgette J.), Т. Джеймс (James T.), К. Дженкінс (Jenkins K.), Д. Мур (Moore D.), Д. Парнау (Partnow D.), Н. Панаяіоту (Panagiotou N.), Р. Хоббс (Hobbs R.), Е. Харланд (Harland E.) на сторінках своїх публікацій висвітлюють метод новинної грамотності і поточних подій. Новинна грамотність є процес опису, інтерпретації та оцінки новин. Науковці виділяють чотири основні компоненти новинної грамотності, які застосовуються в класі: зображення, мова, виробництво і аудиторія. Цей підхід пропонує три стратегії для вчителів або батьків: аналіз перспективи новин, пошук контексту новин і розробка альтернативних джерел інформації. Ці стратегії взаємопов'язані. Аналіз перспективи новин означає необхідність поставити новини в правильному контексті, щоб уникнути плутанини між новинами та інформацією. Пошук контексту – бачення за допомогою методів, які відволікають читача від самих новин. Розробка альтернативних джерел інформації забезпечує розширення багатьох поглядів і багатьох різних інтерпретацій того, що відбувається у світі. Використання новинної грамотності – це вчення про медіа, а не навчання за допомогою медіа. Це підхід, який спрямований на підвищення учнівського розуміння того, як працюють медіа, як вони виробляють істину, як вони організовані і як вони будують реальність. Це пов'язано з розробкою обґрунтованого і критичного розуміння природи медіа, методами, які використовуються ними, а також впливом цих методів (Panagiotou, 2014, с.56-78; Hart, 1998, с. 1-8). Практика новинної грамотності повинна включати в себе не тільки практику критичного читання, але і процес створення медіаповідомлень, що дозволяє учням створювати свої власні медіатексти, використовуючи всі типи доступних технологій (камери, звукові технології, комп'ютери, мобільні телефони та ін.). Медіадекодування і медіавиробництво – шляхи інтеграції критичного мислення у шкільні предмети. Діяльність на уроках включає ведення журналів новин, ретельний аналіз точності і об'єктивності в новинних повідомленнях, аналітичні дискусії, написання звітів новин, порівняння різних джерел новин, моделювання новин (Buckingham, Jensen, 2012, с. 413-429).

Новинна грамотність використовується в різних навчальних предметах та курсах, наприклад, курси журналістики, словесність, у медіадисциплінах. Р. Хоббс (Hobbs R.) висвітлює цілу низку інноваційних інтерактивних інструментів для роботи з онлайн новинами, які могли б дозволити вчителям і учням використовувати і аналізувати друквані, онлайн і телевізійні новини як частину загальної освіти. Наприклад, «the Know the News» проект від Link TV дозволяє учням змішувати новини. The New York Times Learning Network має більше 3000 планів і заходів, які допомагають викладачам і учням пов'язувати поточні події з темами у класі та дозволяють школярам коментувати новини. Відеосервіси новин, такі як Red Lasso, надають можливість учням вибирати, редагувати і поширювати уривки з місцевого контенту телевізійних новин для приватних або суспільних цілей, вибору і викладення відео місцевих новин з більш ніж 150 медіаринків (Hobbs, 2011, с.123-135).

Р. Хоббс (Hobbs R.) та М. Хоган (Hogan M.) на сторінках своїх публікацій зазначають, що вчителі використовують різні тексти, зокрема із медіазасобів, масової культури і цифрових засобів, щоб підтримувати в учнів розвиток умінь медіаграмотності. Учні використовують книги, фільми, вебсайти, газети, блоги, вікі та ігри для навчання. Учителі також використовують і наступні навчальні методи:

1. Ведення щоденника використання медіа. Записи медіаактивності допомагають учням стежити за медіавибором та міркувати над рішеннями щодо медіа обміну та участі, поглиблювати розуміння особистих звичок.

2. Пошук інформації та стратегія оцінки. Знаходження, оцінювання та обмін контентом з різних джерел допомагає учням досліджувати різні джерела інформації. Це допомагає учням зробити диференційований вибір щодо якості й актуальності медіаінформації.

3. Читання, перегляд, прослуховування та обговорення. Активна інтерпретація медіатекстів допомагає учням придбати нові ідеї, перспективи і знання, зрозуміти медіазміст відповідно до свого життєвого досвіду. Діалог і обмін допоможе поглибити розуміння і оцінювання медіаповідомлень.

4. Ретельний аналіз. Ретельне вивчення побудованої природи конкретних медіатекстів спонукає учнів використовувати критичне анкетування для вивчення намірів автора.

5. Порівняння медіа. Порівняння і протиставлення двох медіатекстів, які стосуються однієї теми, допомагає учням розвинути навички критичного мислення. Розглядаючи жанр, мету, форму і зміст, точку зору, учні дізнаються, як медіа формують контент повідомлення (Hobbs, 2011, с.156-200).

6. Ігри, моделювання та рольові ігри. Ігрові заходи сприяють розвитку уяви, творчих здібностей та навичок прийняття рішень, підтримуючи критичне мислення учнів про вибір і наслідки.

7. Мультимедійні композиції. Композиційне медіаповідомлення – повідомлення з використанням комбінації мови, зображень, звуку, музики, спецефектів та інтерактивності, що забезпечує реальний досвід певної аудиторії в певному контексті і для досягнення поставленої мети. Командна робота, співпраця і обмін знаннями підвищує творчий потенціал і поглиблює розвиток різноманітних талантів дітей.

8. Поп – вікторини.

9. Медіа презентації (Hogan, 2015, с.96-115).

Науковці звертають увагу на те, що жоден з цих методів не залежить від використання конкретного набору медіатекстів, інструментів і технологій. Саме тому навички медіаграмотності можуть бути застосовані до різних технологій з розважальним, переконливим та інформаційним змістом. Ці методи можна використовувати у навчальних програмах з 1 по 12 клас і в усіх предметних областях, зокрема, у суспільних науках, літературі, охороні здоров'я, математиці, мистецтві, професійно-технічних і професійних сферах, а також у формальних і неформальних освітніх установах.

Медіаграмотність у США презентує коаліцію педагогів і різних типів організацій, включаючи освітні, релігійні, з охорони здоров'я, екологічні, що захищають цивільні права і права споживачів та розглядають медіаграмотність як невід'ємну частину соціалізації молоді. Американські педагоги розробили широкий спектр методик викладання ключових концепцій медіаграмотності і накопичили достатньо багатий досвід інтеграції медіаосвітніх елементів з різними навчальними дисциплінами. Американські медіапедагоги дотримуються точки зору, що процес розвитку навичок медіаграмотності є більш ефективним, якщо включає як аналіз запропонованих медіатекстів, так і створення власних за допомогою доступних цифрових засобів і програм.

**Висновки і перспективи подальших розвідок.** Отже, можна зробити висновок, що сьогодні медіаграмотність у США знаходиться на досить високому рівні розвитку.

У контексті сучасної американської освіти, медіаграмотність розглядається як основа для формування медійного менталітету особистості і як основний спосіб формування інформаційної, медійної та правової культури дітей, розвитку самостійності і критичності їхнього мислення, що є найбільш ефективною гарантією їх захисту від негативних впливів інформаційного середовища.

Перспективними напрямками подальшого розвитку цієї проблеми є: детальне вивчення моделей і підходів медіаграмотності, тенденції їхнього розвитку в США.

#### СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

UNESCO (1999). Recommendations Addressed to the United Nations Educational Scientific and Cultural Organization UNESCO. In: Education for the Media and the Digital Age. Vienna: UNESCO, p.268-274.

Moore, D. (2013). Our Space: Being a Responsible Citizen of the Digital World. The Good Play Project & Project New Media Literacies, vol. 7, Issue 2 , p. 281-285.

Believing the Unbelievable: Understanding Young People's Information Literacy Beliefs and Practices in the United States (2015). [Metzger, M., Flanagin, A., Markov, A., Grossman, R., Bulger, M. ] : Vol. 9, Issue 3, p. 325-348.

Hobbs, R. (2007). Reading the Media: Media Literacy in High School English. NY: Teachers College, Columbia University, 190 p.

Rogow, F. (2009). Voices from the Field: Teaching Media Literacy in Less Than an Hour. Insighters Educational Consulting. Journal of Media Literacy Education, vol. 1, p. 72-74

Bazalgette, C., Bevort, E., Savino, J. (1992). Media Education Worldwide. Paris : UNESCO, 256 p.

Panagiotou, N. (2014). News Literacy: Learning About the World. Department of Communication, University of Massachusetts, Amherst, MA, USA, p. 56-78.

Hart, A. (1998). Introduction: Media Education in the Global Village. In: Hart, A. (Ed.). Teaching the Media. International Perspectives. Mahwah, New Jersey – London: Lawrence Erlbaum Assoc. Publishers, p.1-8.

Buckingham, D., Jensen, H, (2012). Beyond “Media Panics” Reconceptualising public debates about children and media, Vol. 6, Issue 4, p. 413-429.

Hobbs, R. (2011). Digital and Media Literacy: Connecting Culture and Classroom. Thousand Oaks, CA: Corwin Press, 214 p.

Hogan, M. (2015). In the Digital Age, It's a Rhetorical Tetrahedron: Where Composition Theory Meets Media Literacy, University of Florida, Gainesville, FL, USA, p. 96-115.

#### **MEDIA LITERACY AS A PRIORITY AREA OF PEDAGOGY IN THE FIELD OF INFORMATIONAL PROTECTION OF CHILDREN ON THE PAGES OF PEDAGOGICAL PRESS IN THE USA**

**Paukova Alina**

Postgraduate at the Department of Pedagogy and the History of Pedagogy,  
Luhansk Taras Shevchenko National Univesity,  
Luhansk, Ukraine

ORCID: 0000-0002-6392-883X,

*e-mail: alinusua@gmail.com*

**Abstract.** Various types of media resources play a dominant role in the lives of the younger generation. Despite of the positive role and opportunities offered by information technologies, their negative impact is increasing every day. These facts determine the relevance of the formation and development of children's media literacy. Therefore, the article reviews the main issues of media literacy formation and practice in the United States.

The author provides massive public information, using information about his history and performing media education and US media charts, by foreign and Ukrainian authors. The terms “media”, “media education” and “media literacy” are defined. The author examines the impact of media messages: such as obesity, bullying and aggression, low self-esteem, depression, negative body image, risky sexual behavior, drug and alcohol abuse, tobacco use, all types of cyberbullying. The author covers school media education in the United States, which is officially integrated into the curriculum of all fifty states in the discipline. A detailed analysis of methods, techniques, ways and means in the educational process for the development of media literacy is shown. The author describes the Five Key Questions and Principles technology for analyzing media messages. The article discusses key concepts of media literacy that allow students to have a deeper and more critical understanding of media messages. These offers are presented for media practitioners, school curricula of grades 1-12, those, professors, consultants, artists, media workers. The method of news literacy and current events and its use in various subjects and courses is covered.

**Keywords:** media education, media literacy, media technologies, critical thinking, informational protection.

*Стаття надійшла до редакції 09.10.2019 р.*