

В. Є. Загороднюк,
аспірантка

УДК 007: [654.197+316.658](477)

Паралелі у роздумах про медіаосвіту та ед'ютейнмент (технологія/стратегія «Освіта+розвага»)

У статті зіставляються поняття «медіаосвіта» та «ед'ютейнмент». Висунуто припущення про тотожність цих понять та розглянуто можливий взаємозв'язок між ними.

Ключові слова: медіаосвіта, ед'ютейнмент, медіа, засіб.

Вступ. Дослідження питання медіаосвіти та її впровадження в Україні є глобально актуальною справою, зважаючи на перехід цивілізованого світу до інформаційної доби, зміцнення ролі мас-медіа та їхнього значення в житті сучасної людини, інформаційні глобалізаційні процеси, стрімкий розвиток технологій та комп'ютеризацію, а також тенденцію до використання широких можливостей медіа у процесах адаптації та модернізації освітніх і соціальних станів.

Вважається, що вперше термін «медіаосвіта» вжито 1973 р. на спільному засіданні сектора інформації ЮНЕСКО та Міжнародної ради з кіно, телебачення та аудіовізуальної комунікації. Утім деякі науковці вказують, що першу навчальну програму з медіаосвіти розробив канадець М. Маклюен 1959 р., а її активне застосування в навчально-виховному процесі розпочалося в 60-х рр. ХХ ст. у Великій Британії, Канаді, Німеччині, США, Франції [1, с. 6].

Попри те, що теорію та практику медіаосвіти розробляють уже впродовж тривалого часу, українська теоретична думка з цього приводу виникає лише на початку 90-х рр. ХХ ст. Серед перших дослідників – Н. Габор, Г. Онкович, Б. Потятиник, пізніше – В. Іванов, Л. Найдьнова, В. Різун та ін.

У дисертаційних дослідженнях І. Пенчук (2012 р.) та С. Шумаєвої (2005 р.) викладено систематизовані відомості щодо розвитку медіаосвіти в Україні та у світі, розглянуто концепції, школи, наведено визначення та позиціонування різних дослідників, а також основні засади й завдання медіаосвіти.

Ґрунтовним джерелом, де упорядковано теоретичні напрацювання за темою медіаосвіти, є підручник В. Ф. Іванова та О. В. Волошенюк «Медіаосвіта і медіаграмотність» (2012). Книгу, підготовлену науковцями-медійниками, при-

значено для студентів педагогічних спеціальностей з метою ознайомлення їх із актуальними світовими розробками в галузі підготовки до викладання предметів з медіаосвіти, медіаграмотності, медіакультури.

Окрім вищезазначених джерел, інформацію з медіаосвіти можна знайти у наукових статтях та доповідях українських дослідників, які вивчають різноманітні аспекти медіаосвітньої теорії, розробляють та обґрунтовують практики запровадження медіаосвіти, прогнозують перспективність її розвитку в Україні (Р. Бабій, О. Баришполець, Н. Дудник, Г. Морозова, О. Невмержицька, Н. Троханяк, І. Черемис, М. Чепіль та ін.).

До того ж вагомою джерельною базою теорій та практик медіаосвіти, безперечно, є праці західних та російських дослідників (К. Безельґет, Д. Букінґем, К. Ворсноп, Д. Консидайн, Л. Мастерман, Дж. Пандженте, Д. Поттер, К. Тайнер, Е. Томан, Е. Харт; О. Вартанова, А. Засурський, А. Спічкін, Ю. Усов, О. Федоров, І. Челишева, О. Шариков та ін.).

Крім медіаосвіти, у цій науковій розвідці мовитиметься і про ед'ютейнмент (від англ. edutainment – EDUcation (освіта) + enterTAINMENT (розвага)). Серед досліджень на цю тему більшість становлять праці західних фахівців – педагогів, медійників та соціальних працівників (А. Бадвей, Д. Бакінхем, Х. Бойер, Х. Вассерман, К. Вонг, Л. Лагерферт, В. Лакайо, Г. Локслей, Р. Мьорфі, Ф. Мюлер, М. Реснік, Е. Сінґел, М. Чанг та ін.). Починаючи з 2010–2011 рр., поняття «ед'ютейнмент» з'являється на сторінках російської наукової та публіцистичної періодики під авторством О. Богданової, В. Євдокимова, Г. Данилової, Л. Ілюшина, Е. Казакової, А. Кислова, Н. Кобзевої, С. Кувшинова, А. Сакоян, Д. Токбаєвої та ін.

В Україні нині трапляються лише поверхові згадування про ед'ютейнмент у наукових стат-



тях В. Гоян, В. Іванова, Н. Зражевської. А проте у роботах українських дослідників можна знайти відомості про поняття і теми, що є дотичним матеріалом у процесі вивчення ед'ютейнменту, наприклад, про комунікаційні стратегії та технології (В. Іванов, Г. Почепцов, В. Різун, Ю. Фінклер, О. Холод); про науково-популярне телебачення (О. Богданова, І. Лапіна, В. Лизанчук); про телебачення та його вплив на дитячу аудиторію (К. Кошак, О. Невмержицька, І. Пенчук, О. Петрунько, Б. Потятиник, Н. Темех); про комерційну журналістику (В. Владимиров, О. Гоян, М. Недопитанський).

Так само у процесі наукового дослідження щодо вивчення та визначення ед'ютейнменту, а також пошуку та систематизування інформації в цьому напрямі часто траплялися матеріали з медіаосвіти. На перший погляд, аналогія очевидна, адже медіаосвіта й ед'ютейнмент пов'язані як зі сферою медіа, так і з освітньою сферою, покликані розвивати людину інтелектуально, збагачувати знаннями. Вважаємо, що питання про схожість та відмінність медіаосвіти й ед'ютейнмент-технології (стратегії) потребує детальнішого розгляду та роз'яснення.

Отже, *мета дослідження* полягає в тому, щоб визначивши суть медіаосвіти та ед'ютейнменту, основні цілі їх впровадження, з'ясувати, в чому схожість/відмінність між ними. Досягнення поставленої мети реалізується завдяки виконанню *низки завдань*:

- дати визначення поняттям «медіаосвіта» і «ед'ютейнмент»;
- означити основні передумови поширення і мету впровадження медіаосвіти та ед'ютейнмента;
- з'ясувати, чи є ці поняття тотожними;
- встановити можливе взаємовідношення між медіаосвітою та ед'ютейнментом.

Методи дослідження. У процесі вирішення поставлених завдань було використано такі методи дослідження: теоретичний системний аналіз наукового доробку за темою; метод гіпотез; метод систематизації та узагальнення; метод зіставлення.

Результати й обговорення. Головні передумови щораз більшого значення медіаосвіти та поширення її ідей в усьому світі окреслив медіатеоретик Л. Мастерман, який багато років був консультантом Ради Європи та ЮНЕСКО в галузі медіаосвіти. Серед них – насиченість сучасного світу медіа; вплив засобів масової комунікації на свідомість людини; виробництво та поширення інформації у великих обсягах та швидкими темпами; розвиток механізмів управління інформаційними потоками; зростання значення візуальної комунікації та інформації; поява «інформаційної економіки», перетворення інформації на

товар, її приватизація; потреба у підготовці молодого покоління до життя у світі, дедалі насиченішому медіа [2].

У загальному вигляді мета медіаосвіти полягає у розвитку медіакомпетентності (медіаграмотності), критичного та вдумливого ставлення до медіа з метою виховання гармонійно розвинутих громадян, здатних формувати власну думку на основі доступної їм інформації. Медіаосвіта дає людині можливість реалізувати своє право на свободу висловлювання і право на отримання інформації [3, с. 8]. Узагалі медіаосвіта в ціннісній системі координат постає як інститут громадянського виховання. Її предмет – взаємодія людини з медіа, система знань і вмій, потрібних людині для повноцінного сприймання та аналізу медіатекстів, для соціокультурного розвитку творчої особистості [1, с. 18].

Російський учений-педагог, фахівець у галузі медіаосвіти, що входить до першої трійки з сотні педагогів Росії за цитуванням, О. Федоров визначає медіаосвіту як процес розвитку особистості засобами і на матеріалі ЗМІ задля формування культури спілкування з медіа, творчих, комунікативних здібностей, критичного мислення, вміння повноцінно сприймати, інтерпретувати, аналізувати й оцінювати медіатексти, навчання різних форм самовираження за допомогою медіатехніки [1, с. 17].

Більшість дослідників пов'язують медіаосвіту зі шкільною підготовкою та навчанням у ВНЗ, оскільки вважається, що саме діти та молодь найпіддатливіші в процесі впровадження нових орієнтирів, принципів, засад. Адже навчити легше, ніж переучувати. До того ж будь-яка країна у світі свої надії на майбутнє пов'язує з доростовчим поколінням: «...виховати медіаграмотну аудиторію, яка шукає альтернативні джерела інформації, використовує медіа з користю та не служить об'єктом маніпуляцій – отже, виховати більш свідомих громадян свого суспільства» [4, с. 89].

Автори підручника «Медіаосвіта і медіаграмотність» у передмові наголошують: «Ми маємо готувати дітей до вдалого освоєння світу. А сьогодні найважливіший складник цього опанування – вміння грамотно працювати з інформацією» [1, с. 5].

Українські знані дослідники медіаосвіти В. Іванов та О. Волошенюк тлумачать її як практику готування дитини до ефективної взаємодії з медіа, завдяки якій зменшуються ризики негативного медійного впливу на процес соціалізації і збільшуються ресурсні можливості їх позитивного розвивального впливу [1, с. 280].

Так само І. Челишева, автор наукових праць, укладач державних програм з медіаосвіти, керівник медіаосвітніх проектів, у своїй



книзі про опанування сімейної медіаграмотності зазначає, що «медіаосвіта відкриває великі можливості для розвитку дитини, її інтелектуального і творчого потенціалу, здібностей та самостійного мислення» [5, с. 47].

Таким чином, до переліку основних завдань медіаосвіти входять:

- навчити людину грамотно «читати» медіатекст, розпізнавати способи та форми маніпулятивного медійного впливу, орієнтуватися в сучасному інформаційному потоці, а також інтерпретувати політичні, соціальні, комерційні, культурні інтереси та контексти медіаджерел;
- розвинути здібності до критичного сприймання та оцінювання інформації, зваженого мислення, вміти доводити свою думку аргументовано;
- сформувані і проявити через медіадіяльність та медіаактивність особистості її соціальну та громадянську відповідальність (медіаосвіта, набуваючи форми медіаосвітнього руху, сприяє розвитку в країні громадянського суспільства. Вона спирається на потенціал громадських об'єднань і асоціацій, узгоджує свої зусилля з розвитком інших громадських рухів. При цьому медіаграмотність громадян перетворюється на важливий складник політичної культури суспільства);
- розвинути креативні практичні вміння на медійному матеріалі творити власні повідомлення та медіапродукт (у межах медіаосвіти поєднуються акценти на творче сприймання медіа та розвиток здатності того, хто навчається, створювати власну медіапродукцію);
- прищепити естетичний смак (медіаосвіта широко використовує найкращі досягнення різних форм сучасного мистецтва та естетичного виховання засобами образотворчого мистецтва, музики, художньої літератури, кіно, фольклорних практик, розвивається з урахуванням потенціалу наявних у суспільстві загалом і на місцевому рівні зокрема інституцій та окремих проєктів мистецького профілю) [1, с. 9, 40; 6].

Ед'ютейнмент, як у принципі й медіаосвіта, порівняно з напрацюваннями західної науки та практики нещодавно з'явився у полі зору українського дослідницького інтересу. У західній медіасфері вже понад п'ятдесят років використовується технологія/стратегія «ед'ютейнмент» (транслітерація з «edutainment»). Слово «edutainment» утворилося шляхом поєднання англійських слів «education» (пер. укр. – освіта, освіченість, культура) та «entertainment» (пер. з укр. – розвага, вистава; видовищний, розважальний). Таким чином, у самому слові «ед'ютейнмент» закладено його суть – освіта+розвага.

Життя сучасної людини та зміни, що відбуваються в усіх його вимірах, вимагають швидкої реакції також і від медіа (разом з комуніка-

ційними технологіями, які вони впроваджують). Із тотальною комерціалізацією, з процесом світової глобалізації, з появою та укоріненням масової культури (через всеосяжне розважання) з'явилася потреба у пошуку та реалізації такої технології, яка одночасно відповідала б смакам сучасної аудиторії, задовольняла комерційний попит власників медіа і водночас наповнювала медіаконтент корисною інформацією, сприяючи розвитку та освіті сучасної людини. Бурхливий розвиток засобів масової комунікації, велика популярність медіатекстів у шкільному та молодіжному середовищах, розширення досвіду спілкування з медіа відкрили широкі можливості для вдосконалення освітньої системи, вироблення нових підходів до виховання й освіти [7, с. 90].

Комунікаційна технологія/стратегія «ед'ютейнмент» є доказом, що телебачення, виступаючи джерелом розваг та інформації, також є ресурсом необмежених корисних знань. Ед'ютейнмент проявляється як технологія та як стратегія. Ед'ютейнмент-технологія має вужче значення. У широкому значенні мають на увазі ед'ютейнмент-стратегію.

Ед'ютейнмент як комунікаційну технологію було розроблено на основі педагогічної технології, яка базувалася на тому, що освітній та навчальний контент подавали у розважальній формі, привертаючи таким чином увагу аудиторії, а також полегшуючи процес засвоєння та запам'ятовування матеріалу. Почавши з лекційних залів і практики відкритих лекцій/семінарів, ед'ютейнмент набув великого поширення у поп-культурному та медійному середовищах. Цьому сприяла привабливість змісту і намірів упровадження технології «Освіта+розвага», адже тепер масовий медіаспоживач отримував можливість, не жертвуючи розвагами, мати користь у вигляді нових знань та умінь, зокрема, й під час телевізійного перегляду.

Ед'ютейнмент-стратегія – це використання розваги як комунікаційної практики з метою стратегічного поширення повідомлень для соціального маркетингу індивідуальної поведінки або ж визвольної артикуляції масштабних соціальних змін силами самого суспільства [8, с. 9].

Таким чином, ед'ютейнмент може бути використаний як для створення невеликої регіональної дитячої програми, мета якої – ознайомити малюків з алфавітом, так і для проведення масштабної кампанії, яку організовує медіа у межах країни, континенту, світу з метою вплинути на соціум у таких глобальних та серйозних питаннях, як ВІЛ/СНІД, насильство у сім'ях, наркоманія тощо.

Узагалі практика використання медіа з метою освіти та соціальних зрушень відома з



1950-х рр. Уже тоді Нова Зеландія, Австралія, Японія, Південна Африка звернулися по допомогу до ЗМІ. Щоб зробити доступною освіту для дітей віддалених селищ, спершу почали використовувати радіопрограми та кореспонденцію, згодом – телебачення. В Австралії медіа допомагали фермерам опановувати нові технології в агросфері [9]. У Південній Африці та Латинській Америці завдання ед'ютейнмента полягало здебільшого в роз'ясненні городянам їхніх прав та можливостей, аби вони мали змогу боротися з різними проявами дискримінації.

На сьогодні ед'ютейнмент не втрачає популярності як засіб поширення різноманітного освітнього, навчального, соціалізуючого контенту за допомогою медіа на великі аудиторії, використовуючи розважальну форму та популярні прийоми привернення уваги.

Як зазначає завідувач наукової лабораторії Інституту навчання в Токіо, провідний учений підрозділу підготовки вчителів Такаші Сакамото, «соціальний, економічний та культурний розвиток країни багато в чому залежить від уміння та можливостей використання засобів медіа в цих процесах» [10, с. 126].

Російський науковець С. Муратов стверджує, що «традиційні ЗМІ, особливо радіо і телебачення, залишаються поки що єдиною формою доступу до інформації для більшості людей, включаючи найбільш бідні та неграмотні верстви населення різних країн. Одночасно електронні ЗМІ є і найефективнішим ресурсом, який сприяє розвитку мас» [11, с. 117].

Визначивши поняття медіаосвіти та ед'ютейнменту, окресливши їх завдання та наміри, констатуємо, що гіпотезу про тотожність цих понять було спростовано. У документах ЮНЕСКО вказано, що медіаосвіта – це засвоєння теорії та здобування практичних навичок для опанування сучасних мас-медіа, що розглядається як специфічна частина, автономна галузь знань у педагогічній теорії та практиці. Її слід відрізнити від використання медіа як допоміжних засобів у викладанні інших галузей знань, таких, наприклад, як математика, фізика чи географія. До того ж дослідники у сфері медіаосвіти наголошують на тому, що це не навчання за допомогою медіа, а навпаки, вивчення принципів роботи останніх, метою якого є підвищення рівня медіаграмотності особистості, коли людина набуває навичок аналізувати й оцінювати навколишній медіаконтент [1, с. 8, 23].

Маючи на увазі, що зіставлені поняття не є тотожними, розглянемо можливий взаємозв'язок між медіаосвітою та ед'ютейнментом.

Упродовж 1950–1990-х рр. у різних країнах було висунуто не менше десятка теорій медіаосвіти (естетичну, етичну, ідеологічну, куль-

турологічну, практичну, розвитку критичного мислення, семіотичну, теологічну тощо). Теорія медіаосвіти становить комплекс поглядів, уявлень, ідей, які тлумачать її сенс, наміри та завдання. Медіаосвітні теорії пов'язані як з типологічно близькими педагогічними теоріями навчання і виховання, так і з засадничими медійними теоріями [1, с. 24].

Серед головних теорій медіаосвіти знаходимо й такі, що пояснюють ідеї ед'ютейнменту, наприклад, культурологічна та теорія медіаосвіти як джерела задоволення потреб аудиторії.

Теоретичною основою теорії медіаосвіти як джерела «задоволення потреб» аудиторії (Uses and Gratifications Approach) слугує теорія «споживання і задоволення» в медійній галузі. Йдеться про те, що медійний вплив на аудиторію обмежений, людина може самостійно вибрати й правильно оцінити медіатекст відповідно до своїх потреб. Отже, пріоритетну мету медіаосвіти вбачають у тому, щоби допомогти аудиторії взяти з медіа максимум користі відповідно до своїх бажань і зацікавлень [1, с. 31]. Ед'ютейнмент у межах цієї теорії позиціонується як засіб поєднання задоволення від розважальної легкої форми та користі від освітнього, навчального, соціалізуючого контенту.

З культурологічної теорії медіаосвіти (Cultural Studies Approach) впливає одне з основних її завдань: допомогти учням зрозуміти, як медіа можуть збагатити сприйняття, знання аудиторії [1, с. 32]. Так само ед'ютейнмент розроблений з метою збагатити знання аудиторії за допомогою медіа та поп-культури. За розважальною формою організації та подання матеріалу головне завдання ед'ютейнменту (навчати, розвивати, просвіщати) ніби завуальоване. Це робиться для того, аби аудиторія не втратила інтересу через дискомфорт від повчальних чи директивних наголосів.

Легкість і швидкість отримання інформації з медіа – важливий ресурс розвитку особистості. Можуть поліпшитися результати навчання, збагатитися внутрішній світ, оформитися зони глибоких особистих інтересів. Водночас разом із отриманням бажаної інформації може відбуватися так зване мимовільне навчання, формуватися викривлені орієнтири картини світу, нав'язуватися небажані теми та способи дії. Важливо пам'ятати, що є така інформація, яка здатна змінити внутрішній світ особистості (не знав – був однією людиною, дізнався – став трохи іншою). Медійний вплив на інтелект залежить від стратегії використання медіа людиною, від того, яким чином вбудовані медіапрактики в її повсякденні завдання та життєві смисли. Медіа пропонують зразки міжособистісних стосунків та сценарії їх реалізації, куль-



тивують певні культурні норми. Соціальні стосунки зображують у різних життєвих контекстах. Зразки можуть бути як позитивними – просоціальними, конструктивними, так і негативними – антисоціальними, деструктивними [1, с. 259, 264, 266].

У цьому вбачаємо основу взаємовідношень між медіаосвітою та ед'ютейнментом. Медіаосвіта значно ширша за ед'ютейнмент, оскільки є не окремою технологією чи стратегією, а сферою педагогічного вчення, що має у своєму арсеналі безліч технологій для виконання визначених завдань.

Медіаосвіта покликана забезпечити передовсім комфортне життя людини в умовах інформаційної доби, навчити дорослих та дітей критично оцінювати медіаматеріали, розпізнавати маніпуляції та викривлення інформації, бути ініціативними «користувачами високого рівня». Ед'ютейнмент, своїм чином, поширює будь-який зміст на широку (чи масову) аудиторію з освітньою метою, а також з метою розширення кругозору, вдоволення жаги пізнання, вирішення соціальних питань, реалізації потреби самовдосконалення та саморозвитку.

Ед'ютейнмент-технологія може бути використана медіаосвітою як один із засобів досягнення певних намірів та отримання позитивних результатів під час здійснення медіаосвітньої політики. Тимчасом медіаосвіта може бути як теоретичною, так і практичною базою для впровадження та популяризації ед'ютейнмент-технології/стратегії.

Медіаосвіта у сучасному світі набуває дедалі більшого значення та поширення. За результатами досліджень медіаосвіту рекомендують упроваджувати у національні навчальні плани всіх держав, у систему додаткової, неформальної освіти й освіти протягом усього життя людини. Ед'ютейнмент передовсім – це дієвий засіб саме неформальної освіти, факультативної освіти, просвіти, соціалізації, безперервного навчання засобами мас-медіа протягом усього життя без точок початку та фінішу.

Медіаосвіта – це освіта засобами медіа про медіа, їх функціонування, принципи, засоби, можливості, «підводні течії» тощо. Ед'ютейнмент – це засіб освіти без обмежень у темах та напрямках за допомогою засобів медіа та попкультури, з використанням популярної розважальної форми.

Глобальні прагнення запровадити медіаосвіту – це побудувати громадянське суспільство, яке складатиметься з високоосвічених, обізнаних, далекоглядних особистостей, здатних зважено, критично оцінювати інформацію, аргументовано висловлювати свою думку та захищати позицію, оцінювати й реагувати на інфор-

мацію про соціальні та політичні конфлікти, війни, природні катаклізми, екологічні катастрофи тощо, бути зацікавленими та небайдужими. У цьому розумінні також можна вести мову про взаємовідношення, адже у глобальному розумінні ед'ютейнмент допомагає менш освіченій (малоосвіченій, неграмотній) частині аудиторії розвиватися інтелектуально, розширювати кругозір та світобачення; для цивілізованої частини аудиторії – є результативним засобом, без труднощів і завад, самовдосконалюватися та досягати кращих результатів у процесі навчання й самоосвіти.

Отже, медіа – невіддільна і впливова частина нашого життя, позитивні риси і можливості якої не тільки можна, а й треба активно використовувати в педагогічному процесі. При цьому потрібно «навчити людей вибирати головне і корисне, адже якщо вони не навчаться це робити, доступ до всієї цієї інформації виявиться цілковито марним» [12].

Система медіаосвіти, яка існує у багатьох країнах світу, може стати тим шляхом подолання інформаційної кризи, яка загрожує людству катастрофами через відсутність етичних імперативів як у створенні ЗМІ, так і в їх сприйнятті.

Можливо, якби Україна досі вже мала багаторічну практику медіаосвіти чи проведення масштабних, соціально зорієнтованих ед'ютейнмент-стратегій, то в умовах сьогоdnішнього інформаційного протистояння України з Росією, викликаного подіями українського Майдану 2013–2014 рр., картина була б зовсім іншою – прозорішою та толерантнішою.

Підтверджується велика кількість фактів дезінформації в сюжетах російських новин, а також очевидним стає перекручування відомостей, маніпуляція суспільною думкою, розпалювання інформаційного конфлікту, поляризація поглядів через протистояння правдивої-неправдивої інформації. При всьому вищезазначеному часто люди не бачать реальної картини, піддаються інформаційному впливу численних маніпуляційних технологій, спрямованих на безпідставне огудження ситуації, яка склалася насправді.

У Росії і теорія, і практика медіаосвіти випереджають на роки напрацьоване в Україні. Постає питання: де результати? Те, що відбулося та відбувається сьогодні, свідчить про недієву систему медіаосвіти на теренах України та Росії. Натомість весь цивілізований світ, який уміє користуватися різними джерелами інформації, протистояти маніпулятивному впливу, критично оцінювати медіаматеріали, висловлює підтримку Україні та українцям і засуджує дії російського уряду.

Раціонально, що чим більш медіаграмотним буде суспільство, тим більше шансів, що його



громадяни перестануть дивитися упереджене, однобоке, низькопробне, кітчеве телебачення або цікавитися бульварними матеріалами; спрямують вивільнений час на особистий розвиток, який надає людині здатність та бажання самостійно відбирати інформацію, аналізувати її та робити логічно виважені висновки з безлічі різних фактів, подій, ситуацій.

1. *Медіаосвіта і медіаграмотність* : підручник / ред.-упоряд.: В. Ф. Іванов, О. В. Волошенко ; за наук. ред. В. В. Різуна. – К. : Центр вільної преси, 2012. – 352 с.

2. *Masterman L. Mediaeducation: eight basic principles* [Електронний ресурс] / L. Masterman. – URL: <http://www.uned.es/ntedu/espanol/master/primero/modulos/teorias-del-aprendizaje-y-comunicacion-educativa/comedia.htm>.

3. *Media education*. – Paris : UNESCO, 1984. – 93 p.

4. *Kipping P. Teaching Media Literacy Can Help Address the Problem of Media Violence* / P. Kipping // *Violence in the Media* / ed. by J. Torr. – San Diego : Greenhaven Press, 2001. – P. 126–128.

5. *Чельшева И. В. Медиаобразование для родителей: освоение семейной медиаграмотности* : науч.-попул. изд. / И. В. Чельшева. – Таганрог : Изд-во ТТИ ЮФУ, 2008. – 184 с.

6. *Медіа-освіта* [Електронний ресурс] // Вікіпедія – вільна енциклопедія. – 2014. – URL: <http://uk.wikipedia.org/wiki/%D0%9C%D0%B5%D0%B4%D1%96%D0%B0-%D0%BE%D1%81%D0%B2%D1%96%D1%82%D0%B0>.

7. *Пенчук Г. Л. Телебачення для дітей в Україні: інформаційно-емоційний і змістовно-тематичний потенціал* : дис. ... д-ра наук із соц. комунік. : 27.00.04 / Інна Леонідівна Пенчук ; Класич. приват. ун-т. – Запоріжжя, 2012. – 423 с.

8. *Lacayo V. Pop-culture with a purpose. Using edutainment media for social change* / V. Lacayo, A. Singhal. – Oxfam Novib : KIC, 2008. – 53 p.

9. *Bhardwaj A. New media and educational planning* / A. Bhardwaj. – New Delhi : Sarup & Sons, 2003. – 298 p.

10. *Шумаєва С. П. Розвиток мас-медійних навчальних технологій у середніх закладах освіти США* : дис. ... канд. пед. наук : 13.00.01 / Світлана Петрівна Шумаєва ; Уман. держ. пед. ун-т ім. П. Тичини. – Умань, 2005. – 235 с.

11. *Муратов С. А. Телевизионное общение в кадре и за кадром* : [учеб. пособ. для студ.] / С. А. Муратов. – М. : Аспект Пресс, 2003. – 202 с.

12. *Эко У. Будущее образца 1984* [Електронний ресурс] / У. Эко. – 2014. – URL: <http://artpages.org.ua/bukvi/umberto-eko-budushee-obrazca-1984.html>.

Подано до редакції 15. 10. 2014 р.

Zagrodniuk Vlada. The parallels in thinking about media education and edutainment (technology/strategy «Education + entertainment»).

Annotation: In the article it is compared the concept of «media education» to «edutainment». It is made a suggestion that there is identity of these concepts and it is represented the possible synergy between them.

Keywords: media education, edutainment, media, tool.

Загороднюк В. Е. Паралели в размышлениях про медиаобразование и эдьютейнмент (технология/стратегия «Образование+развлечение»).

В статье соотносятся понятия «медиаобразование» и «эдьютейнмент». Выдвинуто предположение о тождестве этих понятий и рассмотрена возможная взаимосвязь между ними.

Ключевые слова: медиаобразование, эдьютейнмент, медиа, средство.