

НАЦІОНАЛЬНА АКАДЕМІЯ НАУК УКРАЇНИ
ІНСТИТУТ СОЦІАЛЬНОЇ ТА ПОЛІТИЧНОЇ ПСИХОЛОГІЇ НАПН УКРАЇНИ

ПРОГРАМА
курсу за вибором
для учнів 10 класу
загальноосвітніх навчальних закладів
«спеціальний медіаосвітній курс
«МЕДІАКУЛЬТУРА»»

Автори: О. Т. Барішполець, О. Є. Голубева, Г. В. Мироненко, Л. А. Найдьонова,
Н. І. Череповська

Укладачі: канд. психол. наук Л. А. Найдьонова,
магістр психології О. Є. Голубева

Рецензенти: Л. І. Паращенко – директор Київського ліцею «Крок»;
О. В. Петрунко – доктор психол. наук, старший наук. співробітник
Інституту соціальної та політичної психології НАПН України

Пояснювальна записка

Одним із важливих сучасних напрямів виховання молоді є формування особистісної медіа-культури. Розвинена медіа-культура особистості передбачає насамперед актуалізовану здатність до адекватного сприймання, критичного аналізу, обґрунтованого оцінювання різноманітної медіа-продукції, а також здатність як до створення власних медіа-текстів, так і до творчої інтерпретації, переосмислення/переструктурування існуючих. Медіа-культура особистості – це розуміння соціокультурного і політичного контексту закономірностей функціонування медіа в сучасному світі. Процес формування медіа-культури особистості може здійснюватися передусім завдяки введенню спеціального медіа-освітнього курсу до шкільної програми, інтегруванню медіа-освітніх модулів у викладання основних шкільних предметів, а також завдяки факультативним заняттям, позашкільній формі роботи з учнями або завдяки іншим медіа-проектам. Головною особливістю медіа-освітніх заходів має бути їхня гнучкість, що передбачає активний, творчий підхід з боку медіа-педагога, медіа-психолога, соціального педагога.

Нині медіа-культура як суспільний феномен виробництва медіа-продукції, опосередкований засобами масової комунікації, та її споживання масовою аудиторією становлять медіатизований простір, який створює нове середовище існування, нову реальну дійсність. Сучасний розвиток засобів масової комунікації, і мультимедійних зокрема, обумовлює утворення нових форм життєдіяльності людини, новий досвід спілкування і співіснування.

Традиційні медіа – радіо, телебачення, відео- та особливо новітні мультимедійні засоби – відкривають величезні можливості для користувача/споживача медіа-продукції:

- обирати й прослуховувати велику кількість радіоканалів, дивитися безліч телеканалів завдяки супутниковому зв'язку;
- записувати, зберігати й копіювати як для багаторазового сприймання, так і для тиражування аудіо-, візуальну, аудіовізуальну інформацію, яка подобається;
- зупиняти й повертати назад звук, зображення, звукове зображення з метою більш детального сприймання, кращого усвідомлення змісту інформації або поновлення естетичного переживання, задоволення;
- отримувати додаткову інформацію, консультацію в інтерактивному режимі;
- здійснювати дистанційне навчання.

Крім того, інформатизація/медіатизація мистецтва дає змогу долучитися будь-кому до шедеврів світової культури. Доступні фото-, відеокамера дають змогу актуалізувати, розвивати творчий потенціал у галузі відеокультури. Завдяки сучасним технологіям можна

створювати власні комп'ютерні фільми, енциклопедії, сайти, блоги, віртуальні фотоальбоми тощо. До того ж розширюються необмежені інформаційні горизонти, що робить створену інформацію доступною для великого загалу користувачів.

Інформаційно-комунікаційні технології, як індивідуальні (мобільний зв'язок), так і масові (інтернет), значно розширили комунікативні можливості людини. Засоби масової комунікації створюють умови для становлення самостійного, критичного мислення, сучасного світосприймання, естетичної свідомості, навичок художнього аналізу продукції медіа-мистецтва.

Цей перелік переваг еволюційного розвитку засобів масової комунікації можна продовжити, але зрозуміло, що медіа сьогодні насправді є засобом освоєння світу в його комунікативних, інтелектуальних, психологічних, художніх та багатьох інших аспектах.

Проте всі ці позитивні можливості не реалізуються автоматично. Засоби масової комунікації дають змогу активізувати знання, отримані в ході традиційного навчання, але водночас можуть засмічувати свідомість інформаційним шумом, перевантажувати пам'ять, пригнічувати уяву, шаблонізувати мислення, викривлювати вольовий розвиток дитини. Щоб уникнути ризиків і актуалізувати позитивний потенціал медіа, дитину потрібно готувати до ефективної взаємодії з інформаційним простором. Формування медіа-культури особистості доростового покоління має забезпечити розвиток пізнавальних інтересів, адекватного, художнього й творчого сприймання, критичного мислення, творчих здібностей дітей та молоді завдяки засобам медіа і на матеріалі медіа.

При цьому потрібно враховувати, що постійне ускладнення медіа-простору призводить до виникнення нового медіа-ландшафту, нового медіа-порядку і змінює медіа-культуру в цілому. Так, наприклад, стало значно менше обмежень для доступу до потоків інформації загалом, об'єми інформації постійно зростають, національні медіа-ринки інтегруються в глобальну медіа-структуру, відмінності між інтернетом, телебаченням, пресою, книгою і телефоном зникають, а медіа-ресурси інтернету стають доступними для людини, де б вона не перебувала. Саме в такому світі інформації без інформаційних меж і обмежень живуть наші діти, молодь, які мають доступ до медіа-продукції всього світу. Створюючи особливий інформаційний простір, численні медіа впливають на формування соціальних, моральних, художніх, естетичних цінностей та інтересів особистості, стають важливим фактором впливу на її свідомість, світоглядні позиції.

Засилля низькоякісної в художньому, моральному, змістовому, ціннісно-смісловому аспектах медіа-продукції, постійна репрезентація насильства, агресії, порнографії потребують реагування не тільки з боку найближчого дорослого оточення дитини, а й з боку певних державних інституцій. Але в умовах масового застосування бездротових засобів доступу до

інтернету відстежувати інформаційне наповнення в глобальній мережі стає важко, а іноді практично неможливо. Коли цифрові медіа виходять з-під контролю законодавчих органів, особливої ваги набуває така потреба, як виховання компетентності споживання медіа-продукції, забезпечення базової медіа-грамотності населення.

Формування медіа-культури особистості в умовах сучасної медіа-реальності, і в Україні зокрема, становить проблему широкого запровадження медіа-освітньої практики в загальноосвітній школі. Актуальність курсу медіа-освіти обумовлена об'єктивним існуванням соціального медіа-культурного феномена – медіа-реальності, яка характеризується небувалим розвитком засобів масових комунікацій і становить вагому частину загального обсягу сучасного інформаційного простору. Разом із тим медіа-культура завдяки медіа-технологіям глибоко пронизує життя людини і неоднозначно впливає на формування змісту свідомості, що й висуває потребу в спеціальній підготовці дітей, молоді до існування в сучасному просторі медіа-інформації та майбутньому глобальному інформаційному суспільстві.

Спираючись на досвід таких європейських країн, як Велика Британія, Франція, Канада, Росія та ін., ми висуваємо ідею саме шкільної медіа-освіти, яка має впроваджуватися у форматі спецкурсу/факультативу для учнів старшої школи. Шкільна медіа-освіта спрямована на виховання свідомого, компетентного і творчого споживача медіа та має стимулювати розвиток спеціальних знань, умінь, навичок у сфері медіа. Основне завдання медіа-освіти полягає в системному і компетентному вихованні підростаючого покоління, яке повинно навчитися не лише адекватно користуватися різноманітними медійними засобами, а й розумітися на закономірностях їх функціонування, знатися на особливостях технологій впливу ЗМК, але головне – критично мислити, розвивати особистісне, оціночне ставлення до продукції мас-медіа в цілому та спиратися на етично-естетичні орієнтири в процесі сприймання візуальної компоненти медіа-продукції.

Об'єктом вивчення спеціалізованого курсу «Медіа-культура» є суспільний феномен сучасної медіа-культури, що являє собою щабель еволюційного розвитку цивілізації людства.

Предметом спеціалізованого курсу є особистісна медіа-культура, яка передбачає оволодіння знаннями, вміннями, досвідом у сфері медіа-реальності.

Мета курсу – формування теоретичної бази знань учнів з основ медіа-грамотності і практичних навичок ефективної та безпечної взаємодії з інформацією, отриманою з медіа-джерел, у тому числі з урахуванням використання засобів сучасних інформаційно-комунікаційних технологій у повсякденній практичній, зокрема навчально-пізнавальній, діяльності учнів та їхньому міжособовому спілкуванні; започаткування основ їхньої медіа-культури, вираження себе в сучасному медіа-просторі.

До теоретичної бази знань належать: знання із соціальної психології щодо ефективної

комунікації, опосередкованої екранними медіа-текстами; основи медіа-психології інформаційного впливу; елементи кіберпсихології та медіа-гігієни.

Практичні навички охоплюють: критичне мислення і медіа-комунікативну компетентність.

Мета курсу досягається через практичне оволодіння навичками аналізу типів комунікації, засобів комунікації; навичками критичного мислення та рефлексивного сприймання медіа-текстів; методами аналізу медіа-текстів; прийомами психологічного захисту проти непотрібної інформації та навичками безпечної поведінки в медійному просторі; навичками організації особистісного медійного простору (у тому числі й творчими); розвитком мотивації щодо формування індивідуальної медіа-культури.

Програму складають:

- пояснювальна записка, де описано мету і завдання навчання, особливості організації навчально-виховного процесу, критерії оцінювання навчальних досягнень учнів, перелік програмних засобів науково-методичного забезпечення курсу;
- зміст навчального матеріалу та вимоги до навчальних досягнень учнів;
- додатки, що містять тематичний план навчання, критерії оцінювання навчальних досягнень учнів з кожної теми, рекомендації щодо здійснення міжпредметних зв'язків; список основної і додаткової літератури.

Програма курсу «**Медіакультура**» розрахована на вивчення матеріалу за умов доступу учнів до телевізора (враховується також наявність в учнів та/або в їхніх родинях мобільного телефону, комп'ютера, доступу до інтернету, інших інформаційно-комунікаційних технологій). Курс є складовою варіативної частини навчання. Згідно із запропонованою програмою вивчення курсу відбувається в 10-му класі протягом року з розрахунку 1 година на тиждень або протягом півріччя з розрахунку 2 години на тиждень у випадку використання практики спарених уроків (увесь обсяг становить 36 годин). На інваріативну частину курсу припадає 70% відведеного часу, на варіативну – 30%. Варіативна частина, передбачена в практикумі курсу, дає педагогові можливість реагувати на специфічні інформаційні потреби дитячого колективу, використовувати як матеріал для занять поточну, постійно змінювану актуальну медіа-продукцію.

Форми проведення тематичних атестацій можуть бути різноманітними – усні співбесіди, дебати, диспути, контрольні роботи, захисти самостійних проектних робіт, реферати на задані теми, веб-квести тощо. При цьому вчитель може диференціювати атестаційні завдання залежно від нахилів і здібностей учнів. Головною умовою атестації є успішне засвоєння теоретичного матеріалу і виконання практичних, самостійних робіт та

інших обов'язкових завдань.

Форми проведення практичних робіт залежно від наявної матеріально-технічної бази і дидактичного забезпечення навчального процесу також можуть бути різними – лабораторні роботи, семінари, перегляд фільмів, віртуальні екскурсії в інтернет-мережі, позакласні та позаурочні екскурсійні заняття, факультативні заняття, гуртки, реалізація навчальних проєктів міжпредметного характеру, підготовка самостійних розробок, як групових, так і індивідуальних.

У розглянутій програмі не наводяться конкретні апаратні і програмні засоби, які слід використовувати при вивченні курсу. Це, з одного боку, має забезпечити певну інваріантність програми з огляду на наявну в школі медійну техніку, а з другого боку, дати вчителю певну свободу дій і самостійність у доборі способів вирішення методичних проблем, що виникають при вивченні курсу, зокрема в доборі матеріально-технічного забезпечення навчально-пізнавального процесу.

Разом з тим результатом вивчення курсу «Медіа-культура» має стати сформований в учнів необхідний мінімум знань, умінь і навичок, перш за все користувацьких, для подальшої ефективної взаємодії з медіа-простором.

Критерії оцінювання рівня навчальних досягнень учнів з курсу «Медіа-культура» (див. табл.) побудовано таким чином, що досягнення певного рівня навчальних досягнень передбачає, що всі зазначені для попередніх рівнів знання, уміння і навички повністю засвоєні учнем.

ЗМІСТ НАВЧАЛЬНОГО МАТЕРІАЛУ ТА РЕЗУЛЬТАТИ

10-й клас

(36 годин, рекомендовано: 2 години на тиждень)

<i>Зміст навчального матеріалу</i>	<i>Результати підготовки учнів</i>
Модуль 1. Людина у світі інформації	

<i>Зміст навчального матеріалу</i>	<i>Результати підготовки учнів</i>
<p>1.1. Мас-медіа: від gazetta до «Всесвітньої павутини». Ретроспектива і сучасний стан інформаційного середовища</p>	<p><i>описує:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> – основні етапи розвитку засобів масової комунікації – від папірусів до інтернету; <p><i>характеризує:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> – структуру сучасної системи масової комунікації; <p><i>пояснює:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> – поняття «інформаційна культура», «медіа-культура», – місце структурних понять у системі загальної культури суспільства та особи
<p>1.2. Розвиток інформаційного суспільства. Проблема цифрової нерівності</p>	<p><i>описує:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> – основні характеристики інформаційного суспільства; <p><i>наводить приклади:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> – цифрової нерівності; <p><i>пояснює:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> – рівні та причини цифрової нерівності.
<p>1.3. Типи соціальної інформації та медіа-потреби особистості. Аналіз типів соціальної інформації</p>	<p><i>характеризує:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> – типи соціальної інформації за критерієм істинності; <p><i>уміє:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> – аналізувати особливості кожного типу соціальної інформації, <p><i>наводить приклади:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> – типів соціальної інформації із проглянутих медіа-текстів.

<i>Зміст навчального матеріалу</i>	<i>Результати підготовки учнів</i>
<p>1.4. Мас-медіа: ефекти і впливи. Дослідження медіа. Мас-медіа: деструктивні впливи, маніпулятивні технології</p>	<p>описує:</p> <ul style="list-style-type: none"> – основні ефекти і впливи мас-медіа на свідомість і настрій комуніканта; <p>уміє:</p> <ul style="list-style-type: none"> – виявляти маніпулятивні технології в проглянутих медіа-текстах; <p>наводить приклади:</p> <ul style="list-style-type: none"> – маніпуляцій свідомістю і настроями, виявлені ним у конкретних теле-, радіопередачах, газетних публікаціях тощо.
<p>Модуль 2. Візуальна медіа-культура і медіа-мистецтво</p>	
<p>2.1. Візуальна медіа-культура: культурологічний, соціально-психологічний підхід. Візуальна медіа-культура – складова загальної візуальної культури, обумовлена медіа-засобами і медіа-технологіями. Візуальний формат – основа і головний засіб візуальних, аудіовізуальних медіа</p>	<p>пояснює:</p> <ul style="list-style-type: none"> – поняття «культура», «візуальна культура»; – роль візуального для людини; – співвідношення візуальне/візуальний образ – медіа-культура; <p>характеризує:</p> <ul style="list-style-type: none"> – основні складові візуальної культури (архітектура, скульптура, зображувальне мистецтво, одяг, прикраси, ужиткові речі).
<p>2.2. Провідні види візуальних, аудіовізуальних засобів масової комунікації. Фотографія, кіно, телебачення. Медіа-історія засобів, новий тип бачення, новий тип комунікації – медіа-творчість людини</p>	<p>характеризує:</p> <ul style="list-style-type: none"> – провідні види візуальних, аудіовізуальних засобів масової комунікації; – новий тип бачення і новий тип комунікації по кожному візуальному медіа-засобу, а також комп'ютера та інтернету зокрема; <p>пояснює:</p> <ul style="list-style-type: none"> – взаємодію розвитку візуальних медіа-засобів із загальним технічним прогресом, війнами.

Зміст навчального матеріалу	Результати підготовки учнів
<p>2.3. Медіа-технології. Необхідність критичного мислення у сфері візуальної медіа-продукції</p>	<p>пояснює:</p> <ul style="list-style-type: none"> – специфічні особливості медіа-технологій; <p>наводить приклади:</p> <ul style="list-style-type: none"> – різновидів медіа-технологій, задіяних у різноманітних медіа-текстах; <p>розуміє:</p> <ul style="list-style-type: none"> – необхідність критичного (конструктивного) ставлення до візуальних медіа-текстів.
<p>2.4. Схема аналізу медіа-текстів. Аналіз комерційної реклами. Аналіз політичної реклами. Аналіз соціальної реклами</p>	<p>володіє:</p> <ul style="list-style-type: none"> – навичками застосування схеми аналізу медіа-тексту; <p>аналізує:</p> <ul style="list-style-type: none"> – зображення (форму) і зміст візуального медіа-тексту; <p>оцінює:</p> <ul style="list-style-type: none"> – зображення (форму) і зміст будь-якого візуального медіа-тексту.
<p>2.5. Психологічний захист від непотрібної візуальної інформації</p>	<p>використовує навички:</p> <ul style="list-style-type: none"> – психологічного захисту проти непотрібної візуальної інформації; – відсторонення від непотрібної візуальної інформації; – аналізу непотрібної візуальної інформації з відповідними висновками.

<i>Зміст навчального матеріалу</i>	<i>Результати підготовки учнів</i>
<p>2.6. Творче медіа-сприймання візуальних медіа-текстів. Логічний та образно-асоціативний підходи. Аналіз «контррекламних» зображень: їхнього змісту, форми тощо. Сприймання продукції мультимедійного мистецтва</p>	<p>описує:</p> <ul style="list-style-type: none"> – особливості сприймання організації візуального образу на площині; – особливості та роль сприймання світлатіні, кольорів тощо; <p>пояснює:</p> <ul style="list-style-type: none"> – особливості творчого сприймання традиційних статичних візуальних образів/медіа-текстів; – особливості творчого сприймання традиційних динамічних візуальних образів/медіа-текстів; – особливості творчого сприймання зразків медіа-мистецтва; <p>характеризує:</p> <ul style="list-style-type: none"> – основні види медіа-мистецтва.
<p>2.7. Екранна мова</p>	<p>описує:</p> <ul style="list-style-type: none"> – історичну ретроспективу виникнення та розвитку екранної мови; <p>наводить приклади:</p> <ul style="list-style-type: none"> – основних прийомів екранної мови; <p>пояснює:</p> <ul style="list-style-type: none"> – зв'язок кіномистецтва із сучасною екранною мовою; <p>характеризує:</p> <ul style="list-style-type: none"> – основні монтажні фрази сучасної екранної мови; <p>уміє:</p> <ul style="list-style-type: none"> – аналізувати екранні секвенції; – виділяти шаблони монтажних епізодів; – створювати екранні секвенції; – створювати монтажні фрази.

<i>Зміст навчального матеріалу</i>	<i>Результати підготовки учнів</i>
Модуль 3: Медіа-культура в кіберпросторі та основи безпечної поведінки в Інтернет	
<p>3.1. Медіа-гігієна. Профілактика негативних психофізіологічних ефектів взаємодії з кіберпростором. Психофізіологічні норми і ергономічні вимоги до діяльності з інформаційно-комп'ютерними технологіями. Організація робочого місця кіберкористувача. Порушення, які виникають у кістково-м'язовому апараті, органах зору, нервовій системі кіберкористувачів. Профілактика захворювань</p>	<p><i>описує:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> – психофізіологічні норми та ергономічні вимоги до діяльності з інформаційно-комп'ютерними технологіями; <p><i>характеризує:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> – можливі психофізіологічні порушення здоров'я, які виникають унаслідок контакту із мультимедіа; <p><i>уміє:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> – організувати робоче місце кіберкористувача відповідно до санітарно-гігієнічних вимог користування персональним комп'ютером; – аналізувати взаємозв'язок використання інтернету та ризиків і порушень психофізіологічного здоров'я кіберкористувачів.
<p>3.2. Віртуальні спільноти і медіа-залежність Різні типи інтернет-середовищ і віртуальні спільноти. Специфічні інтернетні загрози і небезпеки. Психологічні та психічні зміни, що відбуваються внаслідок контакту з мультимедіа. Поняття, причини виникнення, симптоми, наслідки медіа-залежності. Кіберзалежність як деструктивна форма поведінки в інтернеті. Психологічні методи діагностики, корекції та профілактики інтернет-залежності</p>	<p><i>описує:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> – специфічні інтернетні загрози; – особливості прояву віртуальної залежності; <p><i>характеризує:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> – технології і способи захисту особистості користувача під час його перебування у просторі інтернету; <p><i>наводить приклади:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> – прийомів роботи з інформацією в мережі, яка може бути використана з освітньою метою; – відсіювання непотрібної і негативної інформації; <p><i>пояснює:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> – основні психологічні і моральні засади безпечного перебування в інтернеті;

<i>Зміст навчального матеріалу</i>	<i>Результати підготовки учнів</i>
	<p><i>уміє:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> – здійснювати експрес-оцінку рівня свого здоров'я та експрес-діагностику схильності до залежної від інтернету поведінки; – здійснювати цілеспрямований пошук інформації в інтернеті різними способами, оцінювати інформацію з погляду її організації, залучати мережеву інформацію до системи знань, які формуються у школі; – раціонально планувати та ефективно використовувати власний час взаємодії з медіа.

СПИСОК РЕКОМЕНДОВАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

Основна:

1. Медіа-культура особистості: соціально-психологічний підхід : навчальний посібник / за ред. Л. А. Найдьонової, О. Т. Баришпольця. – К. : Міленіум, 2010.
2. Медіа-культура та медіа-освіта учнів ЗОШ : візуальна медіа-культура / Н. Череповська. – К. : Шкільний світ, 2010.

Додаткова:

3. Брайант Д. Основы воздействия СМИ / Д. Брайант, С. Томпсон. – М., 2004.
4. Винтерхофф-Шпурк П. Медиапсихология. Основные принципы / П. Винтерхофф-Шпурк ; пер. с нем. – Х., 2007.
5. Голядкин Н. А. Творческая телереклама: учебное пособие для студентов вузов / Н. А. Голядкин. – М., 2005.
6. Даниэль С. М. Искусство видеть. О творческих способностях восприятия, о языке линий и красок и о воспитании зрителя / С. М. Даниэль. – Ленинград, 1990.
7. Девис Р. Ю. Техника творческого воображения / Р. Ю. Девис. – К., 1996.
8. Дух фотографии («The Spirit of Photography») : Телефільм : у 5 серіях. (Виробництво ВВС, Велика Британія).
9. Исследуем ложь. Теории, практика обнаружения / под ред. Майкла Льюиса, Керилин Саарни. – СПб., 2004.
10. Как создать собственный мультфильм. Анимация двухмерных персонажей. – М., 2006.
11. Как справиться с компьютерной зависимостью / С. В. Краснова, Н. Р. Казарян, В. С. Тундалева. – М., 2008.
12. Кара-Мурза С. Г. Манипуляция сознанием / С. Кара-Мурза. – М., 2008.
13. Кастельс М. Галактика Интернет / М. Кастельс. – М., 2001.
14. Керделлан К. Дети процессора: Как Интернет и видеоигры формируют завтрашних взрослых / К. Керделлан, Г. Грейзцион. – Екатеринбург, 2006.
15. Киттлер Ф. Оптические медиа (Берлинские лекции 1999г.) / Ф. Киттлер ; пер. с нем. под ред. Б. Никифорова и В. Скуратова. – М., 2009.

16. Маклюэн М. Понимание медиа: внешние расширения человека. – М., 2003.
17. Найдьонова Л. А. Кібер-булінг підлітків (віртуальний терор) як новітній феномен інформаційної доби: теоретико-методичні засади подолання і профілактики / Л. А. Найдьонова // Практична психологія та соціальна робота. – 2010. – №8.
18. Павлюк Л. Знак, символ, міф у масовій комунікації / Л. Павлюк. – Львів, 2006.
19. Розин В. М. Визуальная культура и восприятие. Как человек видит и понимает мир / В. М. Розин. – Изд. 2-е. – М., 2004.
20. Тарасов А. Н. Психология лжи / А. Н. Тарасов. – М., 2005.
21. Тоффлер О. Новая технократическая волна на Западе / О. Тоффлер. – М., 1986.
22. Фёдоров А. В. Медиаобразование в ведущих странах Запада / А. В. Фёдоров, А. А. Новикова. – Таганрог, 2005.
23. Харрис Р. Психология массовых коммуникаций / Р. Харрис. – СПб., 2001.
24. Человек и новые информационные технологии: завтра начинается сегодня. – СПб., 2007.
25. Череповська Н. І. Психологічний захист від візуальної інформації. Методика «Антиреклама» / Н. І. Череповська // Соціальний педагог. 2009. – № 10 (34).
26. Шеверев А. В. Технология творческого решения проблем / А. В. Шеверев. – Белгород, 1993.
27. Якушина Е.В. Изучаем Интернет. Делаем Web-страничку. – СПб., 2000.