

УДК 316.77:659.3

DOI <https://doi.org/10.24919/2308-4863/76-2-43>

Ганна РЯБЧУН,

orcid.org/0000-0002-0864-7883

*асистент кафедри германської філології, перекладу та зарубіжної літератури
Вінницького державного педагогічного університету імені Михайла Коцюбинського
(Вінниця, Україна) AnnaBalakirjewa@ukr.net*

ТРАНСФОРМАЦІЯ МЕДІАГРАМОТНОСТІ В КРАЇНАХ СУЧАСНОЇ АЗІЇ: ВИКЛИКИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ

Метою статті є аналіз сучасної наукової та методичної літератури з питань медіаграмотності та оцінка викликів та перспектив розвитку цієї концепції в країнах Азії, зокрема в Китаї, Японії, Південній Кореї та Індонезії. Особлива увага приділяється розгляду поточних підходів до медіаграмотності, їх впливу на суспільство та її важливості в навчальних програмах освітніх закладів. Детально перераховано можливі ризики динамічного проникнення інтернету в суспільство (шахрайство, залякування, секстинг, залежність, контент, який не відповідає віку, політичний популізм тощо). В роботі висвітлено роль уряду, громадських організацій, освітян та активістів у підтримці відповідних законодавчих актів з теми дослідження, а також приклади та пропозиції щодо популяризації медійної та інформаційної грамотності серед різних верств населення, зокрема за допомогою впровадження медіаграмотності на заняттях англійської мови в Китаї, цифрового сторітелінгу в Японії, створенню навчальних відео за програмою Learn2Discern від IREX в Індонезії. Зроблено висновок, що освіта в галузі медіа- та інформаційної грамотності в описаних вище країнах Азії, як правило, зосереджена на навчанні людей бути розбірливими користувачами медіа та комунікаторами з відповідними цифровими навичками без цілісного розуміння її впливу на суспільство. Винятком можемо вважати Південну Корею, де у процес популяризації населення активно залучені законодавці, некомерційні організації, освітяни, активісти та інші зацікавлені громадяни. Перспективами подальших досліджень є порівняльний аналіз трансформації медіаграмотності в інших країнах Азії, Європи та Америки задля розуміння можливих викликів та пошуку альтернативних ідей її поширення на теренах України, зокрема в навчальних програмах освітніх закладів усіх рівнів.

Ключові слова: *медіаграмотність, медіаосвіта, інформаційні технології, соціокультурний простір.*

Hanna RIABCHUN,

orcid.org/0000-0002-0864-7883

*Assistant at the Department of German Philology, Translation and Foreign Literature
Vinnytsia Mykhailo Kotsiubynskyi State Pedagogical University
(Vinnytsia, Ukraine) AnnaBalakirjewa@ukr.net*

TRANSFORMATION OF MEDIA LITERACY IN CONTEMPORARY ASIAN COUNTRIES: CHALLENGES AND PROSPECTS

This article examines the current scientific and methodological literature on media literacy and evaluates the challenges and prospects for the advancement of this concept in Asian countries, specifically China, Japan, South Korea, and Indonesia. Particular attention is given to current approaches to media literacy, their impact on society, and their importance in the curricula of educational institutions. The potential hazards associated with the dynamic penetration of the Internet into society, including but not limited to fraud, intimidation, sexting, addiction, age-inappropriate content, and political populism, are elucidated in greater detail. The paper highlights the significance of government, non-governmental organizations, educators, and activists in facilitating pertinent legislation related to the subject matter of the study. Additionally, it provides examples and recommendations for promoting media and information literacy among diverse segments of the populace, including the introduction of media literacy in English classes in China, digital storytelling in Japan, and the creation of educational videos through IREX's Learn2Discern programme in Indonesia. It has been concluded that media and information literacy education in the Asian countries described above tends to focus on teaching people to be discerning media users and communicators with appropriate digital skills without a holistic understanding of its impact on society. An exception is South Korea, where legislators, non-profit organizations, educators, activists, and other interested citizens are actively engaged in the process of public awareness. Prospects for further investigation encompass a comparative analysis of the evolution of media literacy in other nations of Asia, Europe, and the Americas, with the aim of comprehending potential obstacles and identifying alternative approaches for its dissemination in Ukraine, specifically in the curriculums of educational institutions at all levels.

Key words: *media literacy, media education, information technologies, sociocultural space.*

Постановка проблеми. На те, як популяризується та викладається медіаграмотність у різних країнах впливає багато взаємопов'язаних факторів, зокрема культура, релігія, історія, політика, економіка, законодавча база, медіаландшафт, впровадження цифрових технологій, інфраструктура. Кожна країна в цьому сенсі справді унікальна. Водночас, існують деякі спільні характеристики та перешкоди, з якими стикаються все суспільство. Порівняльний аналіз трансформації медіаграмотності в інших країнах Азії, Європи та Америки важливий задля розуміння можливих викликів та пошуку альтернативних ідей її поширення на теренах України, зокрема в навчальних програмах освітніх закладів усіх рівнів.

Аналіз досліджень. В рамках даного дослідження було проведено глибокий аналіз сучасних наукових статей, методичних посібників, веб-ресурсів і онлайн-бази даних. Питанням розвитку медіаграмотності в обраних для дослідження країнах (Китай, Японія, Південна Корея та Індонезія) цікавились такі педагоги та науковці як Т. Форд, Г. Ліверсідж, С. Міцукоші, Л. Супратман, М. Фаччіані, Ц. Ченг та інші.

Мета статті – проаналізувати сучасну наукову та методичну літературу з питань медіаграмотності та оцінити виклики та перспективи розвитку цієї концепції в країнах Азії, зокрема в Китаї, Японії, Південній Кореї та Індонезії.

Виклад основного матеріалу. Китай характеризується надмірним споживанням засобів мас медіа та телекомунікації. Згідно зі спостереженнями та висновками Ченга, підлітки в цій країні постійно перебувають під впливом засобів масової інформації, наражаючи себе на небезпеку кіберзлякування, переслідувань в інтернеті та секстингу (Cheung, 2017: 62). Стрімке зростання популярності соціальних мереж, зокрема Facebook, Instagram та Snapchat, а також їх комерціалізація можуть негативно вплинути на молодих людей щодо їх цінностей, емоцій, поведінки тощо. Отже, інновація медіаосвіти насамперед спрямована на допомогу молоді розвивати критичне розуміння та аналіз засобів масової інформації.

Медіаграмотність була чітко визначена в Шанхайській програмі реформування освіти та розвитку середньо- і довгострокового планування (2010–2020), яка слідує за Національною програмою планування (2010–2020), що задає напрямок на найближчі десять років (Xu Wen, 2011: 92). В освітній політиці встановлюється трирівнева система навчальних програм (національна, місцева та шкільна) і видаються нові стандарти, які є офіційними орієнтирами для розвитку медіаос-

віти. І хоча китайська освітня система є централізованою, реформа навчальних програм покладає більше відповідальності за розробку навчальних планів на місцеві освітні установи або регіональні урядові органи.

Школа Китаю відповідає освітній філософії Тао Сінчжі, який вважав, що навчальний заклад має бути тісно пов'язаний із суспільством і реальним життєвим досвідом учасників освітнього процесу (Xu Wen, 2011: 93). Відповідно, і навчальна програма з медіаграмотності зосереджується на житті та інтересах учнів і має на меті ознайомити їх з медіасередовищем, яке їх оточує. Учні отримують завдання, які вимагають від них рефлексії щодо медіа, з якими вони стикаються щодня, з подальшим обговоренням цих рефлексій. Пропонується також виконання деяких завдань разом зі своїми батьками. Отже, варто наголосити, що навчальна програма з медіаграмотності наголошує на досвіді тих, кого навчають, а не на критичному погляді на своє щоденне медіаспоживання та поданні фіксованих фактів, не пов'язаних із життям учнів. Таким чином учасники освітнього процесу не відчувають тиску вивчення заздалегідь передбачуваних знань і навичок, а їхня увага та мотивація зберігаються через бажання, а не через примус.

Ченг пропонує імплементувати медіаграмотність на заняттях англійської мови, називаючи при цьому низку переваг (Cheung, 2017: 64), серед яких:

- тісний зв'язок із чотирма мовними навичками (читання, аудіювання, письмо та говоріння). Тут йдеться насамперед про реалізацію навчання через слухання пісень, читання та аналіз газетних статей, надсилання електронною поштою листів;
- гнучкий зміст. Можливість використання різноманітних додаткових матеріалів та методів навчання згідно з віком, навичками, інтересами учасників освітнього процесу, а також кінцевою метою заняття;
- запровадження медіаграмотності на уроках англійської мови може викликати інтерес у здобувачів освіти і як результат – внутрішню стійку мотивацію до навчання.

Цікавим для навчальних закладів Китаю може виявитись також досвід впровадження медіаграмотності в інших предметах, щоб порівняти різні погляди, переваги та недоліки викладання.

Однак, педагоги та науковці свідчать про відсутність чіткої підтримки шкільних ініціатив від уряду. Можна лише припустити, що при усвідомленні державою важливості медіаосвіти, остання розвиватиметься швидше за підтримки державних

заходів. Наразі ж, попри те, що в реформі навчальної програми є певні показники розвитку медіаосвіти, вона не широко практикується в школах.

Японія – одна з найбільш медіа насичених країн світу. Паралельно з глобальними тенденціями японське суспільство сьогодні стикається з серйозними проблемами, які потребують громадської обізнаності та колективних дій (Thang S.M., Najihah Mahmud, 2017: 38). Медіаексперти здебільшого сходяться на думці, що Японія не відчула загальнонаціонального впливу неправдивих новин, дезінформаційних кампаній чи іншого маніпулятивного контенту (2020: 14). Однак інтернет в країні рясніє расовими образами, жінконенависницькими повідомленнями, ксенофобією та злісними насмішками, які іноді отримують широке розповсюдження. Зокрема, вкрай образливими можна вважати словесні образи в Інтернеті на адресу постійних мешканців Японії корейського походження, які іноді містять навіть погрози вбивством. Крім того, японська демократія (з однопартійним домінуванням) наразі зазнає дестабілізаційного впливу демографічної кризи та стагнації економіки, зростання нерівності, суперечок щодо імміграції та легітимності журналістики. Як зазначає С. Міцукосі, сьогодні журналістика ЗМІ коливається між придушенням влади й критикою громадськості (Mizukoshi, 2017).

Хоча послідовної національної навчальної програми з медіаграмотності, на кшталт тих, що пропонуються у Великій Британії чи Канаді, ще не запроваджено, обов'язкова та вища освіта містить систематичні програми з медіа та інформації. Однак, довгий час медіадослідження і будь-яке вивчення ролі «масових» медіа не мали місця в навчальних планах. Яскравим прикладом є спогади Г. Ліверсіджа про те, як опитування 2003 року невеликої групи студентів японського університету показало, що ніхто з них не чув про термін медіаграмотність. Дивним цю ситуацію робив той факт, що вони навчалися на другому курсі спеціальності «Медієзнавство». Через рік, восени 2004, результати експерименту дещо покращились: вже всі учасники освітнього процесу чули про неї, однак ніхто не міг дати конкретного визначення або озвучували неправильні відповіді (Liversidge, 2005: 63).

Таким чином, у всіх питаннях, включаючи медіаграмотність, студенти та японці загалом менш схильні бути допитливими, скептичними або настороженими до того, що можна знайти на телебаченні, в газетах чи в інтернеті. Це не означає, що японці не мають або не розвивають навичок критичної грамотності, але більш імовірно,

що вони розвивають такі навички завдяки своєму досвіду, особистому інтелекту та прагненню до точної інформації. Вінк зазначає, що з погляду критичної педагогіки, східна культура має тенденцію зосереджуватися на синтезі, а не на аналізі (Wink, 2011).

Аналіз публікацій дозволяє висновувати, що в майбутньому медіаграмотність стане більш поширеним явищем в Японії. У 2017 році Міністерство освіти, культури, спорту, науки та технологій представило свої переглянуті рекомендації щодо навчальних програм, де спостерігаємо акцент на розвитку в учасників освітнього процесу навичок використання інформаційно-комунікаційних технологій, починаючи від комп'ютерного програмування і закінчуючи навичками медіаграмотності. Нові переглянуті рекомендації впроваджувалися поступово, завершуючись 2022 роком. У жовтні 2018 року Міністерство внутрішніх справ і комунікацій також створило дослідницьку групу для вивчення управління Інтернетом у зв'язку з платформами та їхніми послугами. Протягом року вона провела понад 20 зустрічей з експертами в різних сферах – від кібербезпеки до «фейкових новин» і медіаграмотності (2020: 17). Однак, варто зазначити, що це не перша дослідницька група, сформована на теренах країни. Іншим прикладом є Японське товариство освітніх технологій, яке є загальнонаціональною асоціацією освітян, що має підгрупу зі спеціальними інтересами під назвою «Медіаграмотність і медіаосвіта», до складу якої входять деякі з провідних японських дослідників медіаграмотності. А перший інститут медіаграмотності був заснований ще у 1977 році піонером медіаграмотності Мідоре Сузукі (2020: 18).

Водночас, освітні ініціативи, очолювані засобами масової інформації та галузевими асоціаціями, демонструють ознаки похваллення. За останні 20 років з'явилися сотні книжок та аудіовізуальних матеріалів з медіаграмотності для тих, хто зацікавлений у викладанні, навчанні чи дослідженні цієї теми, орієнтованих на широку аудиторію – від шкільних вчителів, студентів університетів до пересічних медіа споживачів. Процес сповільнює той факт, що шкільна освіта в Японії, як правило, дуже інституціалізована, і вчителі не завжди мають можливість використовувати цифрові медіа в класі, на відміну від західних країн, де музичні відеокліпи та популярні фільми виявилися досить дієвими навчальними матеріалами для медіаграмотності. Попри потужність американських медіакомпаній та передові технології їхніх медіа, медіаграмотність – це одна з тих сфер, де США та інші країни не мають впливу на Японію.

Для покращення ситуації, науковці та педагоги Японії пропонують популяризацію цифрового сторітелінгу. Це воркшоп-практика, яка дозволяє людям створювати короткі відеоісторії, використовуючи файли на базі персонального комп'ютера (зображення, відео, аудіо тощо). Теми переважно включають особисті історії або повсякденні питання, які турбують авторів. Історії створюються від першої особи, а дикторський текст записується з використанням власних голосів авторів. Це може виявитись успішною формою громадянської освіти, поширюючись на безліч сфер (освіта, журналістика, різноманітні місцеві інституції). Результати дослідження С. Тханга та Наджіха Махмуда вказують, що така практика може розвинути критичне мислення та навички розв'язання проблем (Thang S.M., Najihah Mahmud, 2017: 40).

Динамічне проникнення інтернету в суспільство **Південної Кореї** зазвичай розглядається як позитивний розвиток, можливо, навіть як модель для інших країн. Інтернет відіграє все більш впливову роль у формуванні корейського громадського та політичного життя. Завдяки найшвидшій у світі швидкості підключення до інтернету 88,3% усього населення старше 3 років мають доступ до інтернету, а 99% проводять в Інтернеті в середньому 14,3 години на тиждень (Yoon J. et.al., 2019: 1). Однак, також спостерігаються певні ризики, такі як залежність, контент, невідповідний віку та насильство, цькування, залякування, расизм, популізм тощо.

Походження медіаграмотності в Південній Кореї можна віднести до початку 1980-х років. Зокрема, медіа-активісти та освітяни використовували критичний аналіз телевізійного контенту, щоб навчати глядачів за допомогою програм громадянської освіти. В той час з'явилися також декілька освітніх проєктів, мета яких полягала в тому, щоб підвищити навички критичного аналізу молодих людей. Переглянута навчальна програма 2015 року описує шість загальних компетентностей, які повинні бути в «незалежних», «творчих», «культурних», «соціальних» людей (Pang S. et.al., 2015: 3). Основними компетентностями, пов'язаними з медіаграмотністю, є компетентність обробки інформації та комунікаційна компетентність.

У лютому 2017 року законодавці, некомерційні організації, освітяни, активісти та інші зацікавлені громадяни зібралися разом, щоб оголосити про створення комісії щодо підтримки закону про освіту з медіаграмотності (Yoon J. et.al., 2019: 3). На цій зустрічі ці різноманітні групи попросили більш систематичної підтримки у формі законодавства та іншої допомоги для навчання медіаграмотності, спрямованої на всі групи в освітніх

зкладах і поза ними. Такі колективні зусилля демонструють, що громадянська влада має потенціал впливати на політику та законодавство. Інтеграція інформаційно-комунікаційних технологій та медіаграмотності продовжує швидко розвиватися та ставати все більш поширеною не лише у навчальних програмах та формальному навчанні, а й в повсякденному житті, на робочих місцях.

Більше половини жителів **Індонезії** користуються інтернетом (Supratman L.P., Wahyudin A., 2017: 51). Цей показник займає восьме місце у світі за кількістю користувачів світової мережі. За оцінками, до 2025 року ця кількість складатиме 89% індонезійців будуть в Інтернеті. Збільшенню кількості користувачів як маленьких дітей, так і людей похилого віку сприяють легкість отримання доступу до інтернету та доступна ціна інтернет-пакетів. Нинішній медіаландшафт пов'язаний із розвитком свободи преси в країні. Однак, як і в інших країнах, розглянутих вище, населення Індонезії стикається із серйозними проблемами через відсутність навичок цифрової грамотності для безпечного користування інтернетом та нерозуміння етикету соціальних мереж. В газетах періодично публікується інформація про викриття соціальних мереж, які створювались для онлайн-проституції, а також приклади шахрайства, цькування та залякування в мережі. Ще однією проблемою стала дезінформація на президентських виборах в Індонезії 2019 року, коли обидві політичні партії звинувачували одна одну в незаконних діях.

Вирішуючи проблеми інформаційного безладу в суспільстві, індонезійський уряд наголошує на правовому підході, а не на підвищенні обізнаності чи широкій освіті громадськості, зокрема через офіційну шкільну систему. З трьох широких компонентів медіаграмотності, включаючи доступ, розуміння та оцінку, моніторинг і створення, більшість формальних навчальних закладів в Індонезії все ще надто зосереджені на елементі доступу. Існують деякі ініціативи з навчання громадськості медійній та інформаційній грамотності, але вони спорадичні та неструктуровані, а також все ще обмежуються технічними аспектами, а не змістом.

Варто відзначити роботу Форда Т., Янкоскі М., Фачіані М. та Венінгера Т., чия команда працювала в партнерстві з кількома організаціями для розробки, контекстуалізації та поширення освітньої ініціативи з медіаграмотності на основі відео (за програмою Learn2Discern від IREX) (Ford, T. et. al., 2023: 99). Уроки для індонезійців включали дискусії про створення та поширення медіаконтенту, заохочення перевірки фактів та запобігання дезінформації.

Крім того, Міністерство зв'язку та інформатики завдяки спільним ініціативам різних груп, включаючи небайдужі громади, приватний сектор, наукові кола, громадянське суспільство, уряд та ЗМІ запустило рух SiBerkreasi. Цей проєкт спрямований на моніторинг медіаконтенту та подолання негативного впливу шляхом поширення цифрової грамотності в різних секторах.

Зараз медіаграмотність запроваджується лише на комунікаційно-інформаційних факультетах вищих навчальних закладів Індонезії (Syam H., Nurrahmi F., 2020: 104). Перспективами розвитку медіаграмотності у навчальних закладах Індонезії є підготовка викладацького складу та включення концепту в поточну навчальну програму, де вона буде інтегрована в кожен предмет, де увага буде спрямована насамперед на критичне мислення та оцінці вмісту.

Висновки. Аналіз наукової та методичної літератури дозволяє висновувати, що високе прагнення до розширення прав і можливостей громадян через освіту для пом'якшення поляризації, нерівності, радикалізації та інших нагальних проблем сучасності затьмарюється політичними умовами, культурними нормами, структурою освітніх секторів та іншими факторами. Освіта в галузі медіа- та інформаційної грамотності в описаних вище країнах Азії, як правило, зосереджена на навчанні людей бути розбірливими користувачами медіа та комунікаторами з відповідними цифровими навичками без цілісного розуміння її впливу на суспільство. Винятком можемо вважати Південну Корею, де у процес популяризації населення активно залучені законодавці, некомерційні організації, освітяни, активісти та інші зацікавлені громадяни.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Cheung C., Wen Hu. Promoting Media Literacy Education in China: a case study of a primary school. *International Journal of Adolescence and Youth*, 2016. № 21 (2). P. 215-217.
2. Cheung C., Chau C. Implementing Media Literacy Education in the Junior Secondary English Curriculum in Hong Kong: Reasons and Limitations. *International Journal of Media and Information Literacy*, 2017. P. 61-67.
3. Cheung C., Wu Yin. Assessing network media literacy in China: the development and validation of a comprehensive assessment instrument. *International Journal of Media and Information Literacy*, 2018. P. 53-65.
4. Ford, T., Yankoski, M., Facciani, M., & Weninger, T. Online media literacy intervention in Indonesia reduces misinformation sharing intention. *Journal of Media Literacy Education*, 15(2), 2023. P. 99-123.
5. Kim Y. Digital Populism in South Korea? Internet Culture and the Trouble with Direct Participation. *Digital Activism in Asia Reader*; 2008. P. 113-127.
6. Liversidge G. Media Literacy: An Unknown Concept in Japan? *Annual Report. Humanities and Social Sciences*, 2005. P. 63-75.
7. Media and information literacy education in Asia: exploration of policies and practices in Japan, Thailand, Indonesia, Malaysia, and the Philippines, 2020. 75 P.
8. Mizukoshi S. Media Literacy and digital storytelling in contemporary Japan. *The Newsletter*, 2017. URL: <https://www.iiias.asia/the-newsletter/article/media-literacy-digital-storytelling-contemporary-japan>
9. Murdiani T., Muhtarom, M., Mustofa D.R., Moh. Masrur. Media literacy education for high school students: its necessity and challenge: Indonesia. *Jurnal Manajemen Pendidikan Islam Al-Idarah*, 6(1), 2021. P. 24-31.
10. Nguyen V. Citizenship Education: A Media Literacy course taught in Japanese University. *Citizenship, Social and Economics Education*, 2022. P. 43-60.
11. Pang S., Reinking D., Hutchison A., Ramey D. South Korean Teachers' Perceptions of Integrating Information and Communication Technologies into Literacy Instruction. *Education Research International*, 2015. 13 P.
12. Park J. 미디어정보 리터러시 역량과 교육내용 분석을 통한 교육과정 개발 방향 탐구 정보관리학회지 제37권 제2호, 2020. P. 120-144.
13. Siregar F. Die Medienfrage in Indonesien. *Freie Medien, freie Netze, freie Meinung? Medien- und Meinungsfreiheit in Südostasien*, 2018. S. 32-34.
14. Supratman L.P., Wahyudin A. Digital Media Literacy to Higher Students in Indonesia. *International Journal of English Literature and Social Sciences (IJELS)*, 2017. P. 51-58
15. Syam H., Nurrahmi F. «I Don't Know If It Is Fake or Real News» How Little Indonesian University Students Understand Social Media Literacy. *Jurnal Komunikasi: Malaysian Journal of Communication*, 2020. P. 92-105.
16. Thang S.M., Najihah Mahmud. Digital storytelling and its contributions to development of workplace skills in a Southeast-Asian Context. *Journal of Institutional Research in South East Asia*, 2017. P. 20-40.
17. Wink J. Critical pedagogy: Notes from the real world. *Upper Saddle River*; 2011.
18. Vasilev S., Butkiene J., Radanova R. Analysis of current situation with media literacy of youth in the partner countries. «*Education for Media Literacy in Digital Environment*» project, 2019. 45 P.
19. Xu Wen. Initiating media education through Educational Policy: A Case in China. *Media Education Research Journal*, 2011. № 2 (1). P. 92-95.
20. Yoon J., Jeong H., Kim A. Media Literacy in South Korea. *The International Encyclopedia of Media Literacy*, 2019. 9 P.

REFERENCES

1. Cheung C., Wen Hu. (2016) Promoting Media Literacy Education in China: a case study of a primary school. *International Journal of Adolescence and Youth*. 215-217.
2. Cheung C., Chau C. (2017) Implementing Media Literacy Education in the Junior Secondary English Curriculum in Hong Kong: Reasons and Limitations. *International Journal of Media and Information Literacy*. 61-67.
3. Cheung C., Wu Yin. (2018) Assessing network media literacy in China: the development and validation of a comprehensive assessment instrument. *International Journal of Media and Information Literacy*. 53-65.
4. Ford, T., Yankoski, M., Facciani, M., & Weninger, T. (2023) Online media literacy intervention in Indonesia reduces misinformation sharing intention. *Journal of Media Literacy Education*, 15(2). 99-123.
5. Kim Y. Digital Populism in South Korea? Internet Culture and the Trouble with Direct Participation. (2008) *Digital Activism in Asia Reader*. 113-127.
6. Liversidge G. (2005) Media Literacy: An Unknown Concept in Japan? *Annual Report. Humanities and Social Sciences*. 63-75.
7. Media and information literacy education in Asia: exploration of policies and practices in Japan, Thailand, Indonesia, Malaysia, and the Philippines. 75 P.
8. Mizukoshi S. (2017) Media Literacy and digital storytelling in contemporary Japan. *The Newsletter*. URL: <https://www.ias.asia/the-newsletter/article/media-literacy-digital-storytelling-contemporary-japan>
9. Murdiani T., Muhtarom, M., Mustofa D.R., Moh. Masrur. (2021) Media literacy education for high school students: its necessity and challenge: Indonesia. *Jurnal Manajemen Pendidikan Islam Al-Idarah*, 6(1). 24–31.
10. Nguyen V. (2015) Citizenship Education: A Media Literacy course taught in Japanese University. *Citizenship, Social and Economics Education*. 43-60.
11. Pang S., Reinking D., Hutchison A., Ramey D. (2015) South Korean Teachers' Perceptions of Integrating Information and Communication Technologies into Literacy Instruction. *Education Research International*. 13 P.
12. Park J. (2020) 미디어정보 리터러시 역량과 교육내용 분석을 통한 교육과정 개발 방향 탐구. [An Exploration for Direction of the Curriculum Development through the Analysis of Media Information Literacy Competencies and Contents]. *정보관리학회지 제37권 제2호*. 120-144. [in Korean].
13. Siregar F. (2018) Die Medienfrage in Indonesien. [The Media Issue in Indonesia] *Freie Medien, freie Netze, freie Meinung? Medien- und Meinungsfreiheit in Südostasien*, 2018. S. 32-34. [in German].
14. Supratman L.P., Wahyudin A. (2017) Digital Media Literacy to Higher Students in Indonesia. *International Journal of English Literature and Social Sciences (IJELS)*. 51-58.
15. Syam H., Nurrahmi F. (2020) «I Don't Know If It Is Fake or Real News» How Little Indonesian University Students Understand Social Media Literacy. *Jurnal Komunikasi: Malaysian Journal of Communication*. 92-105.
16. Thang S.M., Najihah Mahmud. (2017) Digital storytelling and its contributions to development of workplace skills in a Southeast-Asian Context. *Journal of Institutional Research in South East Asia*. 20-40.
17. Wink J. Critical pedagogy: Notes from the real world. (2011) *Upper Saddle River*.
18. Vasilev S., Butkiene J., Radanova R. (2019) Analysis of current situation with media literacy of youth in the partner countries. «*Education for Media Literacy in Digital Environment*» project. 45 P.
19. Xu Wen. (2011) Initiating media education through Educational Policy: A Case in China. *Media Education Research Journal*. 92-95.
20. Yoon J., Jeong H., Kim A. (2019) Media Literacy in South Korea. *The International Encyclopedia of Media Literacy*. 9 P.