

METHODOLOGY OF MEDIA RESEARCH

<https://doi.org/10.17721/2522-1272.2022.80.4>

UDC: 075/077:[37.091.33-028.22:004.773]

The Results of All-Ukrainian Teachers' Survey Regarding Functioning of Specialized Media on Educational Topics in Ukraine

Lesya Horodenko

*Doctor in Social Communications, Professor,
Social Communications Department, Educational and Scientific Institute of Journalism,
Taras Shevchenko National University of Kyiv,
Yurii Illenko Street, 36/1, Kyiv 04119, Ukraine.*

Corresponding author's e-mail address: lgorodenko@knu.ua

Petro Katerynych

<https://orcid.org/0000-0002-5967-2368>

*PhD Candidate,
Social Communications Department, Educational and Scientific Institute of Journalism,
Taras Shevchenko National University of Kyiv
Yurii Illenko Street, 36/1, Kyiv 04119, Ukraine.*

Corresponding author's e-mail address: katerinich1993@gmail.com

ABSTRACT

The article presents the results of a representative survey of Ukrainian teachers on the level of their satisfaction with educational content and media coverage of education issues. The results of the survey, announced in the Communication Strategy 2019-2021 of the Ministry of Education and Science of Ukraine, show that all the specialized media we analyzed (“Osvita.ua”, “NUS”, “Osvitoria”, and “Pedpresa”) are in the top 10 Internet resources visited by teachers (according

to the survey of Gemius Audience). We interviewed the teachers to determine the level of satisfaction of the representatives of secondary schools pedagogical staff with the content on educational topics in highly specialized and widely specialized media, to comprehend the affective correlation between the content of educational topics on various resources, and also to determine the opinions of key content consumers on educational topics regarding necessity of creation of new information resources in Ukraine.

It is a representative survey: $\alpha=.886$ (88.6%) with (N=384). A questionnaire and 8 questions in the form of a Likert scale were used for better data interpretation. The results of a nationwide teachers survey show they are more satisfied with coverage of education topics by narrowly specialized media (“Osvita.ua”, “Osvitoria”, “NUS”, “Pedpresa”, etc.) than by broader specialized media. The teachers evaluate the opportunity for creation of new resources (sites) that would publish information and analytic content on education topics at 8.08 points out of 10.

KEYWORDS: educational journalism; educational content; educational media outlets; teachers’ survey; education.

УДК: 075/077:[37.091.33-028.22:004.773]

Результати всеукраїнського опитування вчителів щодо функціонування спеціалізованих ЗМІ освітньої тематики в Україні

Городенко Леся Михайлівна, кафедра соціальних комунікацій Навчально-наукового інституту журналістики Київського національного університету імені Тараса Шевченка, доктор наук із соціальних комунікацій, доцент.

Катеринич Петро Вікторович, здобувач кафедри соціальних комунікацій Навчально-наукового інституту журналістики Київського національного університету імені Тараса Шевченка, член НСЖУ. <https://orcid.org/0000-0002-5967-2368>

Резюме

У статті наведено результати репрезентативного опитування українських вчителів щодо рівня задоволеності освітнім контентом та висвітлення ЗМІ тематики освіти.

Результати опитування, оприлюднені в Комунікаційній стратегії МОНУ 2019-2021, показують, що всі аналізовані нами спеціалізовані ЗМІ («Освіта.ua», «НУШ», «Освіторія», «Педпреса») входять до 10 тематичних інтернет-ресурсів, які найчастіше відвідують вчителі (за даними опитування Gemius Audience). Опитування вчителів ми провели, щоб встановити рівень задоволеності представників педагогічного персоналу загальноосвітніх шкіл контентом на освітню тематику у вузькоспеціалізованих та широкоспеціалізованих ЗМІ, зрозуміти афективну кореляцію між контентом освітньої тематики, вміщеним на різних ресурсах, а також визначити думку ключових споживачів контенту освітньої тематики щодо необхідності створення в Україні нових інформаційних ресурсів. Опитування репрезентативне: $\alpha=.886$ (88,6%) при (N=384). Використано «паспортичку» та 8 запитань у вигляді шкали Лайкерта для кращої інтерпретації даних.

Результати всеукраїнського опитування вчителів показують, що задоволеність респондентів висвітленням тематики освіти вузькоспеціалізованими ЗМІ («Освіта.іа», «Освіторія», «НУШ», «Педпреса» інші) є вищою ніж щодо широкоспеціалізованих ЗМІ. На 8,08 бала з 10 можливих вчителі оцінюють необхідність створення нових ресурсів (сайтів), що публікуватимуть інформаційно-аналітичний контент на теми освіти.

Ключові слова: освітня журналістика; освітній контент; ЗМІ освітньої тематики; опитування вчителів; освіта.

1. Вступ

Нині в Україні обмаль ЗМІ, що спеціалізуються на освітній тематиці. Як правило, редакції обмежуються новинами на теми освіти в загальному новинному блоці чи випуску і не мають окремих новинних чи аналітичних рубрик/програм/випусків, що спеціалізуються на контенті освітньої тематики та порушують актуальні питання сфери освіти.

Серед спеціалізованих ЗМІ в Україні, присвячених освітній тематиці, варто виділити такі: «Освіта.іа», «Педпреса», «Освіторія», «НУШ». Це найбільш наповнювані (мається на увазі регулярність наповнення контентом інформаційного й аналітичного жанрів) та найбільш інноваційні (враховуючи мультимедійний складник) ЗМІ освітньої тематики в Україні. Ми проаналізували ці медіа за даними відкритого порталу аналізу трафіку «Similar Web» – вони мають найвищий трафік в українському сегменті текстів на освітню тематику, не враховуючи офіційних джерел [1].

Освітня журналістика в Україні опинилася на межі кризи професіоналізму – широке висвітлення тем середньої і вищої освіти, набагато менше висвітлення тематики професійно-технічної освіти, науки, інклюзії, відсутність програм підготовки освітнього журналіста та широкого експертного пулу освітньої тематики знижує якість контенту, який готують журналісти, що пишуть на теми освіти. У процесі попередніх досліджень ми встановили, що в аналізованих ЗМІ загалом наявна невелика кількість оригінального (авторського) контенту, присутні значні запозичення з офіційних джерел (органів виконавчої влади), а також з інших порталів (у тому числі, закордонних), що девальвує якість матеріалів на теми освіти [2, с. 90-92].

Мета дослідження – з'ясувати думки вчителів загальноосвітніх закладів України щодо рівня задоволеності освітнім контентом та висвітленням ЗМІ тематики освіти.

Вчителі, як ми вже зазначили, є одними з ключових споживачів освітнього контенту, а інноваційні сайти «Освіторія» та «НУШ» позиціонують себе як «ЗМІ для вчителів та батьків» [3].

Перед проведенням анкетування поставлено такі завдання:

1. З'ясувати думку вчителів загальноосвітніх закладів України щодо рівня задоволеності кількісно-якісним складником інформаційно-аналітичного контенту на теми освіти у вузькоспеціалізованих та широкоспеціалізованих ЗМІ.

2. З'ясувати думку вчителів загальноосвітніх закладів України щодо необхідності створення додаткових джерел інформації, які міститимуть інформаційно-аналітичний контент на теми освіти, та визначення окремих напрацювань і порад щодо роботи освітнього журналіста.

2. Теоретичне підґрунтя

В одному з принципів Німецької фундації дітей та молоді (DKJS) йдеться про таке: «Ідеальний освітній ландшафт охоплює всі зацікавлені сторони – освітніх управлінців,

вчителів, координаторів освітніх програм, лідерів думок у сфері освіти, батьків, дітей, представників освітніх асоціацій та фондів, а також ЗМІ» [4].

Освітній ландшафт сучасного світу зазнає радикальних змін щодо методів, змісту і простору навчання. Це стосується всіх галузей освіти – від дошкільної до освіти дорослих [5].

Українська дослідниця К. Балабанова зауважує: «Актуальним вектором вдосконалення підготовки та перепідготовки педагогів є цілеспрямоване застосування медіа в професійній діяльності як інноваційного інструменту організації навчально-виховного процесу» [6, с. 32]. Одним з ключових факторів, на думку К. Балабанової, є психологічна готовність викладача використовувати медіа під час занять [6, с. 32].

Бразильська асоціація освітніх журналістів (Associação de jornalistas de educação) серед ключових дійових осіб для освітнього журналіста називає педагогічний та управлінський персонал навчальних закладів (вчителі, директори шкіл, ректори), органи влади (міністри й секретарі освіти, посадові особи), фахівців (експертів) й користувачів освітніх послуг (учні, студенти) [7].

Як зауважують іспанські дослідники Г. Перез та М. Фонткуберта, соціологи, семіоти, антрополози й педагоги визнають щоразу більше значення ЗМІ як чинника впливу на формування дитячої та юнацької культури. У різних країнах та у різних контекстах можна побачити, що ЗМІ як «паралельна школа» зменшує вагу не лише реальної школи, а й вплив сімей та наставників [8, с.6-7; 9].

Соціальна комунікація є імперативом в освіті, оскільки вона створює передумови для того, щоб протагоністи та соціальні актори систематично й організовано залучалися до трансцендентального освітнього процесу [9].

3. Методи дослідження

Всеукраїнське опитування вчителів було проведене в період 21-28.03.21. До участі в анкетуванні ми запросили викладачів різного віку, які працюють у загальноосвітніх навчальних закладах України державної форми власності, викладають різні дисципліни та представляють усі регіони країни (крім тимчасово окупованих територій – ТОТ) відповідно до вибірки. Лист-запрошення ми надіслали до обраних навчальних закладів у регіонах відповідно до репрезентативної квоти, залежності від кількості населення регіону (з урахуванням міських та сільських закладів загальної середньої освіти) та кількості вчителів. Розробка анкети та обробка результатів виконані авторами самостійно. Відповідно до даних Укрстату, в 2019-2020 роках в Україні (не враховуючи ТОТ) працювали 440 тис. вчителів закладів загальної середньої освіти. За матеріалами інформаційно-статистичного бюлетеня «Освіта в Україні: базові індикатори», отримано статистику шкіл за типом місцевості – 65,8% українських шкіл розташовані в сільській місцевості, 34,2% – у містах. При цьому, 54,5% вчителів працюють у містах, а 45,5% – у селах [10].

Для репрезентативності вибірки ми запросили до участі в онлайн-анкетуванні вчителів різних дисциплін, різного віку з усіх регіонів країни (не враховуючи ТОТ) відповідно до регіональної квоти з урахуванням міського та сільського коефіцієнтів. Запрошення для проходження ми надсилали дирекціям шкіл, щоб уникнути прямого контакту авторів анкети з викладачами й можливого конфлікту інтересів.

Оцінка репрезентативності вибірки є найважливішим компонентом опитування. Її треба проводити до того, як будуть зроблені будь-які висновки. Якщо вибірка не репрезентативна, будь-які висновки або рішення щодо досліджуваного об'єкта не можуть вважатися достовірними. Щоб оцінити репрезентативність вибірки, необхідне повне розу-

міння процесу досягнення цілісних даних, розроблення плану вибірки, контроль якості [11, с. 107-110].

Наша вибірка враховує:

- генеральну сукупність вчителів відповідно до статистичних даних (440 тис. осіб)
- вибірка від генеральної сукупності 440 тис. за формулою:

$$SS = \frac{Z^2 \times (p) \times (1-p)}{C^2}$$

де:

Z – фактор (як міра статистичного ефекту, 1,96 для 95% довірчого інтервалу), **p** – відсоток генеральної сукупності респондентів, виражений в десятковій формі (0,44 для нашого розрахунку)

c – довірчий інтервал в десятковій формі (0,05=±5%)

Отже,

$$SS = \frac{3,8416 \times 0,44 \times 0,56}{0,0025}, \text{ тоді } SS = \frac{0,94657}{0,0025}, \text{ тоді } SS = 378,6 \text{ (379)}.$$

Вибірка, що буде репрезентативною для нашого дослідження (генеральна сукупність 440 тис.), складає 379 осіб при довірчій ймовірності – 95% й довірчому інтервалі ± 5%.

З урахуванням можливих відмов від заповнення онлайн-анкети, де відповіді на всі запитання були марковані як обов'язкові й не можливо було повернути анкету, не оцінивши всі шкали, було розіслано 400 анкет. Отримано унікальних відповідей 384, що дещо перевищує необхідну вибірку. Регіональне представництво визначалося з урахуванням кількості вчителів загальноосвітніх закладів регіону з урахуванням міського та сільського коефіцієнтів відповідно до інформаційно-статистичного бюлетеня «Освіта в Україні: базові індикатори» [10]. Детальніша інформація наведена в таблиці 1.

Таблиця 1.

Регіональне представництво респондентів

| Область | % від генеральної сукупності | Вибірка (к-сть запрошених до анкетування вчителів) | К-сть осіб, що взяли участь в анкетуванні |
|------------------|------------------------------|--|---|
| Дніпропетровська | 8,97 | 36 | 34 |
| Київ | 7,99 | 35 | 32 |
| Харківська | 7,49 | 30 | 29 |
| Львівська | 6,98 | 29 | 27 |
| Одеська | 6,58 | 30 | 25 |
| Запорізька | 4,84 | 20 | 19 |

| Закінчення таблиці 1. | | | |
|-----------------------|------|-----|-----|
| Київська | 4,77 | 18 | 18 |
| Вінницька | 4,42 | 18 | 17 |
| Полтавська | 3,97 | 15 | 15 |
| Івано-Франківська | 3,81 | 15 | 15 |
| Хмельницька | 3,57 | 14 | 14 |
| Закарпатська | 3,47 | 13 | 13 |
| Житомирська | 3,44 | 13 | 13 |
| Черкаська | 3,43 | 13 | 13 |
| Рівненська | 3,20 | 13 | 12 |
| Миколаївська | 3,19 | 12 | 12 |
| Сумська | 3,07 | 12 | 12 |
| Тернопільська | 2,94 | 11 | 11 |
| Херсонська | 2,93 | 11 | 11 |
| Чернігівська | 2,88 | 11 | 11 |
| Волинська | 2,87 | 11 | 11 |
| Кіровоградська | 2,68 | 10 | 10 |
| Чернівецька | 2,51 | 10 | 10 |
| ВСЬОГО | 100 | 400 | 384 |

Пілотажне анкетування ми провели на початку березня 2021 року. Воно враховувало 20 респондентів (Рівненська, Київська, Дніпропетровська області, 11 – з міських закладів освіти, 9 – з сільських; 8 – викладачі предметів гуманітарного циклу, 6 – природничого, 6 – точного). Завдяки пілотажному анкетуванню вдалося врахувати думку респондентів щодо структури анкети, її доступності та додати запитання.

Підготовчий етап анкетування включав розроблення питань, складання анкет, пілотажне тестування. Наступним етапом було власне анкетування і поширення анкет. На етапі зведення даних відбулася систематизація даних шляхом автоматичного формування статистики завдяки онлайн-інструментам «Google». Вибірка склала 384 респонденти.

Запитання анкети – «На скільки ви оцінюєте кількісну задоволеність інформацією, яку отримуєте у ЗМІ, на освітні теми, що вас цікавлять» (Q1), «На скільки ви оцінюєте якісну

задоволеність інформацією, яку отримуєте у ЗМІ, на освітні теми, що вас цікавлять» (Q2), «На скільки ви оцінюєте рівень освітньої журналістики в Україні» (Q3), «На скільки ви оцінюєте висвітлення тематики освіти вузькоспеціалізованими ЗМІ, наприклад "Освіта.ua", "Освіторія", "НУШ", "Педпреса", інші» (Q4), «На скільки ви задоволені кількісною репрезентацією різних освітніх тем у вузькоспеціалізованих ЗМІ, наприклад "Освіта.ua", "Освіторія", "НУШ", "Педпреса", інші» (Q5), «На скільки ви оцінюєте висвітлення тематики освіти широкоспеціалізованими ЗМІ – наприклад "ТСН", "Українська правда", "BBC" "Україна", "Суспільне", інші ЗМІ» (Q6), «На скільки ви оцінюєте необхідність створення нових ресурсів (сайтів, платформ), що публікуватимуть інформаційно-аналітичний контент на теми освіти» (Q7), «На скільки ви оцінюєте необхідність розробки спеціальних курсів (посібників, рекомендацій) для підготовки та роботи освітнього журналіста» (Q8).

Таблиці 2-3 показують дані відповідно до коефіцієнта Альфа-Кронбаха, застосованого до анкетування, що демонструють високий рівень тау-еквівалентної надійності анкетування, тобто внутрішньої узгодженості запитань та надійності підібраного для проведення опитування інструментарію (дані опрацьовані авторами за допомогою програмного забезпечення IBM SPSS Statistics).

Таблиця 2.

Статистика надійності.

Джерело: результати анкетування, опрацьовані в IBM SPSS Statistics

| α | α стандарт. | n елементів |
|----------|--------------------|-------------|
| ,886 | ,886 | 8 |

Таблиця 3.

Статистика елементів. Джерело: результати анкетування, опрацьовані в IBM SPSS Statistics

| | Середнє значення | Середньоквадратичне відхилення | N (вибірка) |
|----|------------------|--------------------------------|-------------|
| Q1 | 6,33 | 1,391 | 384 |
| Q2 | 6,20 | 1,368 | 384 |
| Q3 | 6,34 | 1,238 | 384 |
| Q4 | 6,84 | 1,282 | 384 |
| Q5 | 6,46 | 1,328 | 384 |
| Q6 | 5,73 | 1,390 | 384 |
| Q7 | 8,08 | 1,262 | 384 |
| Q8 | 7,98 | 1,372 | 384 |

4. Результати і обговорення

В опитуванні взяли участь 384 респонденти. За віковим складом 27 респондентів (7%) молодші 21 року, 97 респондентів (25,3%) у віковій категорії 21-35, 170 респондентів (44,3%) у віковій категорії 36-50, 80 респондентів (20,8%) у віковій категорії 51-70 та 10 респондентів (2,6%) у віковій категорії 70+ (рис. 1).

Вкажіть Ваш вік

384 відповіді

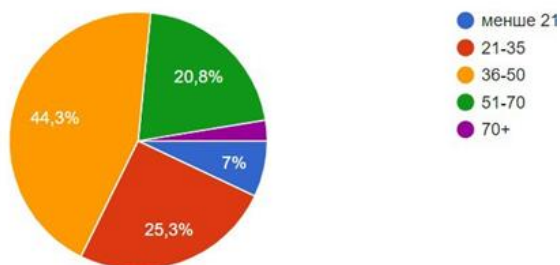


Рисунок 1. Віковий розподіл респондентів. Джерело: результати авторського анкетування.

За циклами предметів, які викладають респонденти, 114 (29,7%) – предмети суспільно-гуманітарного циклу, 138 (35,9%) – точного, 129 (33,6%) – предмети природничого циклу, 5 респондентів самостійно назвали фізкультуру, 4 – мистецтво, 4 – естетичний цикл. Варто зауважити, що були відповіді, де викладачі зазначали кілька циклів. До запрошення для проходження анкетування ми додали перелік предметів, які ми зараховуємо до різних циклів, відповідно до рекомендацій МОНУ та європейських стандартів.

До предметів суспільно-гуманітарного циклу (спрямування) зараховуємо такі: історія України, Всесвітня історія, правознавство, філософія, людина і світ, етика, курси морально-духовного спрямування, українська мова, українська література, іноземні мови, світова література, охорона і безпека життєдіяльності, захист України, образотворче мистецтво, музичне мистецтво, трудове навчання, суспільствознавство. До предметів точного циклу зараховуємо: математику (алгебру, геометрію), статистику, хімію, фізику, інформатику. До предметів природничого циклу зараховуємо: біологію, екологію, основи здоров'я, астрономію, географію.

Після «паспорттики» ми запропонували респондентам оцінити 8 запитань-шкал, що стосувалися тем, передбачених завданнями дослідження. Шкала «На скільки ви оцінюєте кількісну задоволеність інформацією, яку отримуєте у ЗМІ, на освітні теми, що вас цікавлять» отримала середній результат – 6,33 (N=384), найбільше респондентів обрали саме 6 та 7 балів. Найвище оцінили цю шкалу респонденти з центральних областей України з досвідом роботи понад 10 років. Помітна кореляція між оцінками та досвідом роботи – щодо цієї шкали найнижчими були оцінки саме респондентів, які вказали менший стаж роботи.

Шкала, що оцінювала якісну задоволеність інформацією, яку викладачі отримують у ЗМІ на цікаві їм освітні теми, отримала середній показник 6,20 (N=384). Найнижче оцінили цю шкалу респонденти з північних областей України. Кореляція між досвідом роботи не так помітна, як у попередньому запитанні. Найвище оцінили респонденти, що викладають предмети природничого циклу. Це може бути зумовлене більшою репрезентацією у ЗМІ контенту, який цікавить саме викладачів цього циклу, але щоб підтвердити цю думку необхідно проводити додаткове дослідження.

Шкала, що оцінює загальне уявлення викладачів про рівень освітньої журналістики в Україні, отримала середнє значення 6,34 (N=384). Її теж вище оцінили респонденти, що вказали досвід роботи 6-10 років та понад 10 років. Найвище цю шкалу оцінили респонденти з Полтавської, Дніпропетровської, Волинської областей та м. Києва. Географічні кореляції помітні не так чітко, як у першій шкалі.

Шкала, що оцінює якість висвітлення тематики освіти вузькоспеціалізованими ЗМІ,

наприклад «Освіта.ua», «Освіторія», «НУШ», «Педпреса», отримала середнє значення 6,84 (N=384). Шкала, що оцінює задоволеність кількісною репрезентацією різних освітніх тем у вузькоспеціалізованих ЗМІ, отримала середнє значення 6,46 (N=384). Найвище цю шкалу оцінили респонденти з Хмельницької та Полтавської областей. Кореляція оцінок між циклами, які вказали респонденти, слабо виражена.

Шкала, що оцінює висвітлення тематики освіти широкоспеціалізованими ЗМІ, наприклад, «ТСН», «Українська правда», «ВВС Україна», «Суспільне», інші ЗМІ отримала середнє значення 5,73 (N=384). Це найнижче значення з усіх шкал, які оцінювали респонденти. Низькі оцінки зустрічаються в усіх вікових категоріях.

Шкала, що оцінювала необхідність створення нових ресурсів (сайтів, платформ), що публікуватимуть інформаційно-аналітичний контент на теми освіти, отримала середнє значення 8,08 (N=384). Це найвище значення з усіх шкал, які оцінювали респонденти. Найнижчі оцінки надані респондентами зі східних областей України.

Шкала, що оцінює необхідність розроблення спеціальних курсів (посібників, рекомендацій) для підготовки та роботи освітнього журналіста, отримала середнє значення 7,98 (N=384).

5. Висновки

Респонденти загалом високо оцінюють роботу вузькоспеціалізованих ЗМІ. Отримані дані свідчать про більшу довіру викладачів до спеціалізованих інформаційно-аналітичних ресурсів з питань освіти, а також про загалом невисоку репрезентацію освітнього контенту в широкоспеціалізованих ЗМІ, які отримали нижчу оцінку порівняно з вузькоспеціалізованими. Підкреслюють респонденти й необхідність створення нових платформ для розміщення освітнього контенту (8,08 бала). Це свідчить про необхідність підвищення якості й кількості різноматичного освітнього контенту в ЗМІ України.

Отже, завдяки результатам анкетування можна дійти до таких висновків:

1. Респонденти загалом вище оцінюють кількісну задоволеність інформацією, яку отримують у ЗМІ на освітні теми, ніж якісну.
2. Вищі оцінки в більшості категорій шкал надали респонденти, які вказали більший досвід роботи.
3. Висвітлення тематики освіти вузькоспеціалізованими ЗМІ респонденти оцінюють вище (6,84), ніж широкоспеціалізованими (5,73).
4. Необхідність створення нових ресурсів (сайтів, платформ), що публікуватимуть інформаційно-аналітичний контент на теми освіти, респонденти оцінюють високо (8,08).

Результати вчительського опитування мають кросгалузеве значення та можуть бути використані редакціями ЗМІ для покращення взаємодії з аудиторією.

References

1. SimilarWeb (2021), "Website traffic", available at: <https://www.similarweb.com/> (accessed: 20.12.2021).
2. Katerynych, P. (2021), "Educational journalism in Ukraine: the current state and prospects of development", *Synopsys: Tekst, Kontekst, Media [Synopsis: Text, Context, Media]*, vol. 27(2), pp. 86–95, available at: <https://doi.org/10.28925/2311-259x.2021.2.7/> (accessed: 20.12.2021).
3. New Ukrainian School (2017), *Smart Education*, available at: <https://nus.org.ua/news/z-yavylosya-shhe-odne-zmi-pro-osvitu/> (accessed: 20.12.2021).
4. The German Children and Youth Foundation (DKJS) (2021), "Educational landscapes", available at: www.dkjs.de/en/fields-of-action/educational-landscapes/ (accessed: 20.12.2021).

5. UNESCO (2021), “Institute for lifelong learning”, available at: <https://uil.unesco.org/> (accessed: 20.12.2021).
6. Balabanova, K.Ye. (2016), “The model of psychological readiness of a higher school teacher to use the media”, *Mizhnarodni Chelpanivski Psykholoho-Pedahohichni Chytannia [International Chelpanovsky Psychological-Pedagogical Readings]*, vol.17, pp. 31-39.
7. Associação de jornalistas de educação (2021), available at: <https://jeduca.org.br/> (accessed: 20.12.2021).
8. Pérez Tornero, J. M. (2008), *Comunicación y Educación. Cuestiones Clave*, pp. 23-32. Mentor Media Literacy, available at: http://www.gabinetecomunicacionyeducacion.com/sites/default/files/field/adjuntos/guia_mentor_2.pdf (accessed: 20.12.2021).
9. Gaytán, P. H. & Almendárez, J. M. F. (2017), “El periodismo educativo como estrategia para el desarrollo de competencias en la era digital”, *Cuadernos de Educación y Desarrollo*, no. 87.
10. Education in Ukraine: Basic Indicators. Information and Statistical Bulletin of the Results of Education (2021), available at: <https://mon.gov.ua/storage/app/media/nova-ukrainska-shkola/Iserpkonf-informatsiyniy-byuletten.pdf> (accessed: 20.12.2021).
11. Ramsey, C. A., & Hewitt, A. D. (2005), “A methodology for assessing sample representativeness”, *Environmental Forensics*, no. 6(1), pp. 71-75.

Submitted 20.04.2022

Список літератури

1. SimilarWeb. Website Traffic. URL: <https://www.similarweb.com/> (дата звернення 20.12.2021)
2. Катеринич П. Освітня журналістика в Україні: сучасний стан та перспективи розвитку // Синопис: текст, контекст, медіа. 2021. Т. 27. №. 2. С. 86–95.
3. НУШ. Нова українська школа. Смарт освіта. URL: <https://nus.org.ua/news/z-yavylosya-shhe-odne-zmi-pro-osvitu/> (дата звернення 20.12.2021)
4. DKJS. Educational landscapes. URL: www.dkjs.de/en/fields-of-action/educational-landscapes/ (дата звернення 20.03.2022)
5. UNESCO. Інститут навчання впродовж життя. URL: <https://uil.unesco.org/>
6. Балабанова К. Є. Модель психологічної готовності педагога вищої школи до використання медіа // Міжнародні чепанівські психолого-педагогічні читання. 2016. Т. 17. С. 31-39.
7. Associação de jornalistas de Educação. URL: <https://jeduca.org.br/> (дата звернення 20.03.2022)
8. Pérez Tornero, J. M. (2008). *Comunicación y Educación. Cuestiones clave*. Mentor Media Literacy, pp.23-32. URL: http://www.gabinetecomunicacionyeducacion.com/sites/default/files/field/adjuntos/guia_mentor_2.pdf (дата звернення 20.03.2022)
9. Gaytán, P. H., & Almendárez, J. M. F. (2017). *El periodismo educativo como estrategia para el desarrollo de competencias en la era digital*. Cuadernos de Educación y Desarrollo, 2017. №87.
10. Освіта в Україні: базові індикатори. Інформаційно-статистичний бюлетень результатів діяльності галузі освіти. URL: <https://mon.gov.ua/storage/app/media/nova-ukrainska-shkola/Iserpkonf-informatsiyniy-byuletten.pdf> (дата звернення 20.03.2022)
11. Ramsey, C. A., & Hewitt, A. D. (2005). *A methodology for assessing sample representativeness*. Environmental Forensics, 6(1), 71-75.

Надійшла до редколегії 20.04.2022