

УДК 373:004

Друшляк Марина Григорівна

доктор педагогічних наук, доцент, доцентка кафедри математики
Сумський державний педагогічний університет імені А. С. Макаренка, м. Суми, Україна
ORCID ID 0000-0002-9648-2248
marydru@fizmatsspu.sumy.ua

Семеног Олена Миколаївна

доктор педагогічних наук, професор, завідувачка кафедри української мови і літератури
Сумський державний педагогічний університет імені А. С. Макаренка, м. Суми, Україна
ORCID ID 0000-0002-8697-8602
olenasemenog@gmail.com

Грона Наталія Вікторівна

доктор педагогічних наук, доцент, викладачка вищої категорії, викладачка-методистка,
голова циклової комісії викладачів української мови і літератури
Комунальний заклад «Прилуцький гуманітарно-педагогічний фаховий коледж імені Івана Франка»
Чернігівської обласної ради, м. Прилуки, Україна
ORCID ID 0000-0003-2578-2865
natashagrona@ukr.net

Пономаренко Наталія Петрівна

доктор філософії, викладачка спеціальності Журналістика
Машинобудівний фаховий коледж СумДУ, м. Суми, Україна
ORCID ID 0000-0001-7857-0976
n.ponomarenko@mksumdu.info

Семеніхіна Олена Володимирівна

доктор педагогічних наук, професор, завідувачка кафедри інформатики
Сумський державний педагогічний університет імені А. С. Макаренка, м. Суми, Україна
ORCID ID 0000-0002-3896-8151
e.semenikhina@fizmatsspu.sumy.ua

ТИПОЛОГІЯ ІНТЕРНЕТ-РЕСУРСІВ ДЛЯ РОЗВИТКУ ІНФОМЕДІЙНОЇ ГРАМОТНОСТІ МОЛОДІ

Анотація. У статті схарактеризовано типологію електронних ресурсів у галузі медіаосвіти, визначено типи електронних ресурсів, які можуть бути успішними для розвитку інфомедійної грамотності учнівської та студентської молоді, проведено експертну оцінку ефективності типів електронних ресурсів для формування інфомедійної грамотності. Медіаосвіту схарактеризовано як процес навчання і самонавчання за посередництва медіа, як науково-освітню сферу діяльності, що спрямована на формування психологічного захисту від маніпуляцій та формування медіаграмотності особистості. Показано, що інфомедійна грамотність характеризується набором маркерів: медіаграмотність, критичне мислення, соціальна толерантність, стійкість до впливів, фактчекінг, інформаційна грамотність, цифрова безпека, уміння запобігати ризикам у комунікації, візуальна грамотність; уміння втілювати ідеї завдяки онлайн-інструментам, уміння використовувати медіа для соціального блага. Обґрунтовано, що розвитку інфомедійної грамотності значною мірою сприяють Інтернет-ресурси. Проведений аналіз електронних освітніх ресурсів у мережі Інтернет уможливив їх класифікацію: відеоконтент (вебінари, освітні серіали, медіатексти, ютуб-канали тощо); аудіоконтент (подкасти); освітні платформи (Prometheus, Ed-Era, IREX, 4mata та подібні до них); текстові ресурси (онлайн посібники, е-словники тощо); креолізовані ресурси (комікси, дудли, постери, інфографіка тощо); ігровий контент (онлайн ігри); соціальні мережі й дискусійні Інтернет-майданчики; спеціалізовані науково-популярні сайти (сайти наукових лабораторій, громадських організацій; сайти, створені при університетах тощо). Проведено експертну оцінку ступеня потенційного впливу Інтернет-ресурсів на розвиток інфомедійної грамотності. За результатами експертної оцінки найбільш ефективно впливають на розвиток кількості маркерів інфомедійної грамотності освітні платформи (Prometheus, Ed-Era, IREX, 4mata та подібні до них), відеоконтент

(вебінари, освітні серіали, ютуб-канали тощо) і текстові ресурси (онлайн посібники, е-словники тощо).

Ключові слова: медіаосвіта; медіаграмотність; інфомедійна грамотність; інформаційна грамотність; цифрова безпека; Інтернет-ресурси; розвиток інфомедійної грамотності; електронні освітні ресурси; учнівська і студентська молодь.

1. ВСТУП

Постановка проблеми.

Серед важливих навичок української молоді особливої актуальності набувають здатність до критичного мислення, а з огляду на безпекові виклики перед Україною та її незалежністю, - здатність бути критичним до інформації в інфомедійному просторі, уміння відрізняти факти від суджень, виявляти маніпулятивний контент, фейки, володіти прийомами комунікативної взаємодії. Зазначене обумовлює суспільний запит на безпечне спілкування в інфомедійному просторі, уміння створювати, розповсюджувати, інтерпретувати, аналізувати й оцінювати медіатексти різних видів і жанрів, а, отже, актуалізує проблему розвитку інфомедійної грамотності учнівської та студентської молоді.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Концептуальні засади медіаосвіти та розвитку інфомедійної грамотності населення ґрунтуються на положеннях міжнародних документів, серед яких Феська декларація ЮНЕСКО з медіаінформаційної грамотності (2011), Паризька декларація ЮНЕСКО з медіаінформаційної грамотності в цифрову епоху (2014)), Законів України «Про освіту» (2017), «Про вищу освіту» (2014), Стратегії розвитку інформаційного суспільства в Україні (2013), Указу Президента України «Про Доктрину інформаційної безпеки України» (2017), Концепції «Нова українська школа» (2016), Концепції упровадження медіаосвіти в Україні (2016).

Потреба формування інфомедійної грамотності як основи інформаційної безпеки в суспільстві актуалізувала наукові розвідки, у яких:

- визначено теоретико-методичні засади медіаосвіти і медіаінформаційної грамотності. Зокрема в роботі [1] описано модель масової медіаосвіти населення;
- досліджено складові медіаграмотності, серед яких знання засобів масової інформації, здатність до критичної оцінки, поведінкові переконання та установки [2];
- доведено зв'язок медіаосвіти та медіакритики як методу формування медіакомпетентності особистості [3];
- конкретизовано поняття інформаційної грамотності учнів і потреби її розвитку засобами соціальних медіа [4];
- схарактеризовано візуальні медіа та особливості їх використання в освітньому процесі [5];
- окреслено практичний досвід використання візуалізації та цифровізації для успішної медіаосвіти [6];
- обґрунтовано доцільність міждисциплінарного навчання для формування медіаграмотності майбутніх учителів, що ґрунтується на методах критичної педагогіки й оволодінні цифровими навичками для успішної е-комунікації [7];
- описано специфіку формування медіаосвітніх умінь майбутнього вчителя у процесі професійної підготовки [8].

Аналіз наукових публікацій свідчить про зацікавленість науковців у визначенні ступеня впливу різних ресурсів на рівень інфомедійної грамотності населення:

- у роботі [9] досліджено особливості медіаосвіти в країнах Східної Європи (Білорусь, Вірменія, Болгарія, Угорщина, Грузія, Польща, Румунія, Словаччина);
- у студії [10] здійснено аналіз діяльності світових громадських організацій 16 країн світу та окремих міжнародних проєктів щодо впливу на медіаграмотність населення;
- у дослідженні [11] проаналізовано діяльність центрів медіаосвіти в Інституті соціальної та політичної психології, Інституті вищої освіти НАПН України, Інституті екології масової інформації та Академії преси України;
- у праці [12] визначено основні напрями діяльності громадських організацій у сфері медіаосвіти (публікації власних та перекладних видань, підручники, навчальні посібники, проведення курсів і тренінгів, наукових і практичних конференцій, створення спеціалізованих інтернет-порталів, інтерактивних онлайн ігор тощо);
- у науковому доробку [13] схарактеризовано неформальну медіаосвіту педагогів Фінляндії, Швеції, Франції, Німеччині, Великобританії та Іспанії.

Відзначимо роботи, у яких описано вплив українських Інтернет-ресурсів на медіаосвіту населення: Г. Поберезською [14] проаналізовано українські Інтернет-ресурси для формування медіакультури особистості за кількістю авторів, цільовою аудиторією, форматом подання електронної і друкованої версії; науковці А. Коваленко і С. Шаров [15] дослідили розвиток медіаграмотності за допомогою онлайн платформи Prometheus.

Проведений аналіз засвідчує наявність спроб науковців виявити взаємні впливи між медіаресурсами і медіаграмотністю населення загалом, однак системних досліджень щодо впливу Інтернет-ресурсів на розвиток інфомедійної грамотності користувачів нами не виявлено, що й актуалізувало потребу визначити ефективні Інтернет-ресурси для розвитку інфомедійної грамотності молоді.

Мета статті: охарактеризувати типологію електронних ресурсів у галузі медіаосвіти та визначити типи електронних ресурсів, які потенційно можуть використовуватись для розвитку інфомедійної грамотності учнівської та студентської молоді.

2. МЕТОДИКА ДОСЛІДЖЕННЯ

Дослідження ґрунтується на ідеї взаємного зв'язку і взаємного впливу інтернет-ресурсів на розвиток інфомедійної грамотності, яку обґрунтовано, наприклад, у роботі [16].

Поставлена мета обумовила вирішення низки завдань:

- 1) уточнити сутнісні характеристики понять «медіаосвіта» та «інфомедійна грамотність»;
- 2) описати типи Інтернет-ресурсів, які потенційно можуть використовуватись для розвитку інфомедійної грамотності;
- 3) провести експертну оцінку ступеня потенційного впливу Інтернет-ресурсів на розвиток інфомедійної грамотності.

Для вирішення поставлених завдань використано:

- *термінологічний і поняттєвий аналіз* з метою уточнення сутнісних характеристик понять «медіаосвіта», «інфомедійна грамотність» (перше завдання);
- *метод класифікації* для умовного поділу на підмножини наявних інтернет-ресурсів у галузі медіаосвіти з метою їх упорядкування та проведення експертної оцінки їх впливу на рівень розвитку інфомедійної грамотності (друге завдання);
- *статистичні методи* – експертні оцінки та їх кореляційний аналіз на основі коефіцієнту конкордації Кендала для підтвердження більшої ефективності певного типу Інтернет-ресурсів у галузі медіаосвіти; критерій хі-квадрат для підтвердження вірогідності результатів [17] (третє завдання).

Експертна оцінка базувалась на аналізі думок 11 експертів, які мали проранжувати виділені типи Інтернет-ресурсів за ступенем впливу на маркери інфомедійної грамотності (M1 – медіаграмотність; M2 – критичне мислення; M3 – соціальна толерантність; M4 – стійкість до впливів, фактчекінг; M5 – інформаційна грамотність; M6 – цифрова безпека; M7 – візуальна грамотність; M8 – уміння втілювати ідеї завдяки онлайн-інструментам), які визначені картою компетентності проєкту «Вивчай та розрізняй: інфомедійна грамотність»¹ (далі – Проєкт «ВР-ІМГ»).

Експерт мав заповнити Таблицю 1, у якій потрібно було визначити ступінь впливу кожного з виділених типів Інтернет-ресурсів на кожен з маркерів за шкалою від 1 до 8, де 1 – «Інтернет-ресурс здійснює найбільший вплив», 8 – «Інтернет-ресурс здійснює найменший вплив».

Таблиця 1

Експертна оцінка потенційного впливу Інтернет-ресурсів на маркери інфомедійної грамотності

Експерт	Тип Інтернет-ресурсів							
	Тип 1	Тип 2	Тип 3	Тип 4	Тип 5	Тип 6	Тип 7	Тип 8
Маркер M_i								

Дані, отримані в результаті експертної оцінки, використовували для кореляційного аналізу.

Складали узагальнені матриці рангів, у яких для кожного типу Інтернет-ресурсів визначали узагальнений ранг (чим менший ранг, тим ресурс впливовіший).

Оцінку узгодженості думок експертів визначали через коефіцієнт конкордації $W = 12 \cdot S / (m^2(n^3 - n))$, де S – сума квадратів величини $d = \sum x_{ij} - \frac{\sum \sum x_{ij}}{n}$, x_{ij} – елемент матриці рангів, n – кількість факторів (кількість типів Інтернет-ресурсів), m – кількість експертів. Якщо коефіцієнт наближається до 1, це свідчить про узгодженість думок експертів; якщо – до 0, думки експертів розходяться [18].

Оцінку значущості коефіцієнта конкордації здійснювали за критерієм Пірсона: розраховували емпіричне значення критерію $X^2 = m \cdot (n-1) \cdot W$. Для рівня значущості 0,05 та кількості ступенів свободи $(8-1)=7$ критичне значення критерію дорівнює 14,06714. Якщо емпіричне значення критерію перевищувало критичне, то приймалась гіпотеза про узгодженість думок експертів (альтернативна), якщо ж емпіричне значення

¹ Проєкт «Вивчай та розрізняй: інфомедійна грамотність» виконується Радою міжнародних наукових досліджень та обмінів (IREX) за підтримки Посольства Сполучених Штатів Америки та Посольства Великої Британії в Україні у партнерстві з МОН України та Академією української преси

критерію було меншим за критичне, то думки експертів не можна вважати узгодженими (нульова гіпотеза), а тому висновки на їх основі будуть сумнівними.

Ідея статті належить О. Семеніхіній, нею сформульовано мету, уточнено завдання та здійснено остаточне редагування наукової публікації. Сутнісні характеристики медіаосвіти, медіаграмотності, інфомедійної грамотності уточнено О. Семеног. М. Друшляк проведено класифікацію Інтернет-ресурсів у галузі медіаосвіти та статистичний аналіз результатів експертного оцінювання. Н. Пономаренко розроблено та експериментально апробовано авторські Інтернет-ресурси для формування інфомедійної грамотності. Н. Гроною здійснено підбір експертів та проведено експертну оцінку ефективності Інтернет-ресурсів для формування інфомедійної грамотності.

3. РЕЗУЛЬТАТИ ДОСЛІДЖЕННЯ

3.1. Словник медіаосвіти

Термін «*медіа*», як засвідчує проведений аналіз словникових, наукових джерел (наукові журнали, книги, збірки статей, монографії, дисертації), урядових документів, стосується повідомлень засобів масової інформації, засобів масової комунікації, що виробляються для масової аудиторії за допомогою тієї чи іншої форми технології і передаються через візуальну, мовну або звукову форми.

До засобів медіа належать як традиційні друковані (наприклад, книги, газети, журнали), так і аудіовізуальні (наприклад, комп'ютерні ігри, Інтернет, блоги, вікі, музичні записи, рекламу в усіх її видах і формах тощо) ресурси та розглядають як джерело отримання інформації і як засіб навчання.

У роботі [19] показано, що термін «медіа» розширює своє концептуальне поле: «електронні медіа схарактеризовано як засоби – телевізор, комп'ютери, які роблять інформацію доступною громадськості», а «нові медіа – як сучасні шляхи поширення інформації та розваг, такі, як інтернет», тобто цифрові засоби комунікації.

Підґрунтям поняття «медіа» слугує поняття «інформація», в основу визначення якого покладено характеристику, подану в Законі України «Про інформацію» (1992, <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2657-12>): «документовані або публічно виголошені відомості про події та явища, що відбуваються в суспільстві, державі та в навколишньому середовищі».

J. Crawford та C. Irving вважають, що інформаційна революція та глобалізація зробили наше сприйняття світу залежним від того, як його висвітлюють медіа, які часто послуговуються неперевіреною інформацією, використовують елементи маніпуляції та фальсифікації. У таких умовах медіаосвіта – це шлях до того, щоб «озброїти людину можливістю самозахисту від недобросовісної медіаінформації» [20].

Щодо сутності і вживання термінів у сфері медіаосвіти, то в науковому зарубіжному та вітчизняному контенті немає узгодженості. R. Penman і S. Turnbull пояснюють це тим, що медіаосвіта є відносно новою галуззю досліджень і відбуваються швидкі еволюційні зміни в медіаінструментах [21].

Зокрема поняття «медіаосвіта», про що свідчить узагальнення міжнародних та національних нормативно-правових документів, визначають як:

- освіту про медіазасоби для мільйонів людей у всьому світі, навчання теорії та формування практичних умінь для опанування сучасних масмедіа [22];
- складову права кожного громадянина в кожній країні світу на свободу вираження поглядів та право на інформацію, що сприяє демократії (Матеріали

міжнародної конференції “Educating for the Media and the Digital Age”, 18-19 April 1999, https://www.mediamanual.at/en/pdf/educating_media_engl.pdf);

- складову освітнього процесу, що орієнтована на розвиток медіакультури та підготовку членів суспільства до безпечної та ефективної взаємодії на базі інформаційно-комунікаційних технологій [23].

У даному дослідженні *медіаосвіту характеризуємо як процес навчання і самонавчання за посередництва медіа, як науково-освітню сферу діяльності, що спрямована на формування психологічного захисту від маніпуляцій та формування медіаграмотності особистості.*

Головною метою медіаосвіти, як наголошується на конференціях і форумах, є розвиток критичного мислення, медіаграмотності, медіакомпетентності. Зазначимо, що зараз паралельно вживають терміни медіаграмотність, медіаінформаційна грамотність, інфомедійна грамотність.

Репрезентуємо окремі з позицій:

- «мультимедійна грамотність пов’язана із здатністю розуміти зміст, представлений у поєднанні різних засобів масової інформації» [24];
- «медіаграмотність – це вміння користуватися комп’ютером та розуміти інструменти, які дають можливість користувачеві взаємодіяти з технологіями» [25];
- «медіаграмотність – це здатність оцінювати ризики соціальної мережі ЗМІ та приймати зважені рішення під час роботи з такими соціальними медіа, щоб тримати баланс між потребами спільного доступу, конфіденційністю та дотриманням законодавства» [26].

У Концепції впровадження медіаосвіти в Україні (2016) поняття «медіаграмотність» визначено складовою медіакультури, що стосується вмінь користуватися інформаційними технологіями, «виражати себе і спілкуватися за допомогою медіазасобів, свідомо сприймати і критично тлумачити інформацію, розуміти реальність, сконструйовану медіаджерелами, осмислювати владні стосунки, міфи і типи контролю, які вони культивують». [23].

О. Ільченко виділяє чотири групи компонентів медіаграмотності: *розуміння* (розуміння зростання впливу медіа на суспільство, розуміння будови медіа, розуміння процесу і способів забарвлення реальності медіа) як пасивне розуміння роботи медіа; *використання* (використання обладнання, програмного забезпечення додатків, орієнтування в медіасередовищі) як активне використання медіа; *комунікація* (пошук і обробка інформації, створення контенту, участь у соціальних мережах); *взаємодія з іншими через медіа*; *стратегія* (рефлексія щодо власного використання медіа, досягнення мети за допомогою медіа) [27].

У дослідженні *медіаграмотність* тлумачимо як результат навчання, медіаосвітнього процесу, що виражається у критичному сприйнятті медіаінформації, умінні аналізувати її, створювати медіапродукт, оцінювати медіатексти.

ЮНЕСКО пропонує застосовувати як сучасну стратегію комплексне поняття «*медіаінформаційна грамотність*», що полягає в поєднанні традиційних концептів «медіаграмотності» та «інформаційної грамотності». Ідеться про комбінований набір компетенцій (знань, навичок і відносин), необхідних для життя і роботи, зокрема ефективно й безпечно користуватись медіа, усвідомлено обирати і розуміти характер медіаконтенту [23].

Термін «медіаінформаційна грамотність» та інфомедійна грамотність уживають у документах та наукових дослідженнях паралельно.

Зокрема у Щорічнику ЮНЕСКО «Медіа та інформаційна грамотність: Зміцнення прав людини, протидія радикалізації та екстремізму»

(https://www.europarl.europa.eu/doceo/document/TA-6-2008-0598_EN.html) зазначено, що інфомедійна грамотність поєднує три різні аспекти інформаційної грамотності, медіаграмотності та ІКТ або цифрової грамотності. Виконуючи роль «парасолькової» концепції, «нова конструкція грамотності допомагає розширювати можливості людей, громад та націй брати участь у глобальних суспільствах знань». Це невід’ємний складник «м’яких навичок» (soft skills).

У дослідженні керуємось поняттям «*інфомедійна грамотність*», характеризуючи яке, спираємось на карту компетентності Проекту «ВР-ІМГ» (рис.1).

Медіаграмотність	Уміння визначати жанри журналістських повідомлень, аналізувати твори кіномистецтва, реклами, розпізнати її типи
Критичне мислення	Уміння ставити питання, обґрунтовувати власну позицію, опіювати й інтерпретувати полії
Соціальна толерантність	Уміння ідентифікувати та протидіяти мові ворожнечі, ідентифікувати і протидіяти стереотипам і дискримінації.
Стійкість до впливів, фактчекінг	Уміння ідентифікувати прояви пропаганди, ботів і тролів, фейки й інструменти маніпуляції. вплив медіа на наші емоції
Інформаційна грамотність	Уміння ефективно шукати інформацію, працювати з джерелами та першоджерелами, розуміння авторського права, уміння вирізняти плагіат, відрізняти факти від суджень,
Цифрова безпека	Менеджмент приватності, розуміння цифрового сліду, навички з особистої кібербезпеки (протидія онлайн
Візуальна грамотність	Уміння аналізувати фото, лого, символи, постери, інфографіку
Уміння втілювати ідеї	Завдяки онлайн-інструментам уміння використовувати медіа для соціального блага

Рис.1. Характеристика поняття «інфомедійна грамотність»

3.2. Типи Інтернет-ресурсів для розвитку інфомедійної грамотності

За результатами контент-аналізу Інтернет-ресурсів надано класифікацію Інтернет-ресурсів для формування й розвитку інфомедійної грамотності за характером їх спрямованості (рис. 2).

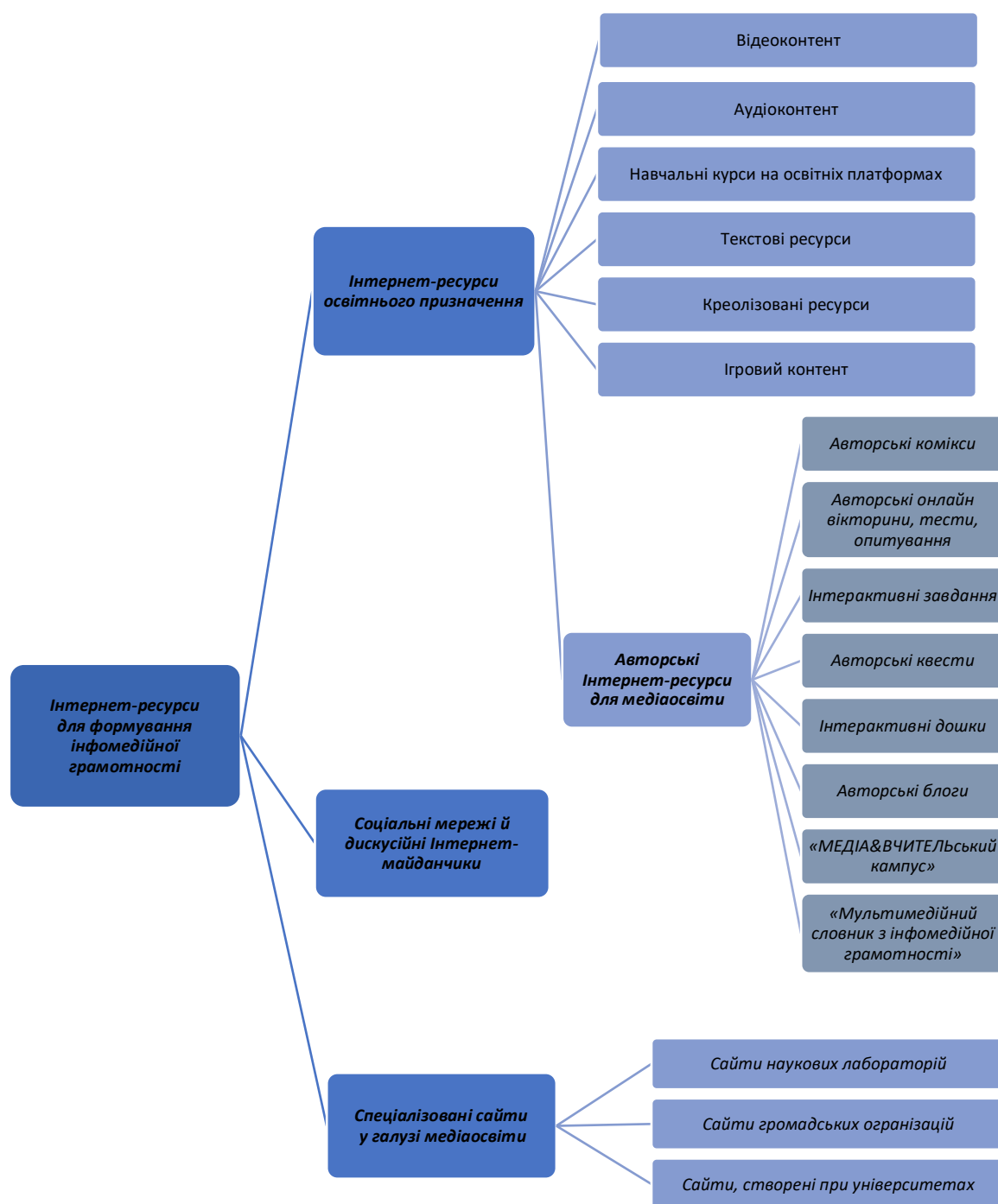


Рис.2. Типологія Інтернет-ресурсів для формування й розвитку інфомедійної грамотності

Деталізуємо рисунок (рис.2).

3.2.1. Інтернет-ресурси освітнього призначення

Відповідно до положення МОН України про електронні освітні ресурси (2012, [https://ips.ligazakon.net /document/view/Re22007?an=10](https://ips.ligazakon.net/document/view/Re22007?an=10)) до електронних освітніх ресурсів належать медіатексти (програми радіо, телебачення), креолізовані тексти (комікси, дудли), текстові (газети, журнали, книги), е-словники, онлайн посібники, аудіоматеріали (радіопрограми, подкасти) та відеоматеріали освітнього призначення.

Проведений аналіз електронних освітніх ресурсів у мережі Інтернет уможливив їх класифікацію (табл. 2).

Таблиця 2

Електронні освітні ресурси в галузі медіаосвіти

ВІДЕОКОНТЕНТ	
Вебінари	Основні принципи медіаграмотності – важливої компетентності сучасного вчителя, http://surl.li/afnts Онлайн тести і медіаграмотність: навчаємо та розвиваємо, http://surl.li/afntu Медіаграмотність і креативність: нові навички для модернізації навчання https://vostok-sos.org/news-0001-1704-vebinar3/ Медіаграмотність як необхідність, http://surl.li/afntw «Хаппі та її суперсила». Презентація книги про безпеку в інтернеті, http://surl.li/afnty Медіаревізія – онлайн майстерня для медіаревізорів-тренерів, http://surl.li/afntz
Освітні серіали	Медіаграмотність у часи пандемії, http://surl.li/xabj Про кібербулінг для підлітків, https://osvita.diia.gov.ua/courses/cyberbullying
Медіатексти	Мультфільм «Образ», https://youtu.be/SUnK6bixRQI Серія мультфільмів на тему «Чому медіаграмотність важлива», http://surl.li/afnua Короткометражний фільм «Підтвердження», https://youtu.be/YD9MDJuMy8
Ютуб-канали	Медіа&Вчительський кампус, http://surl.li/afnub Агенція сталого розвитку ХМАРОЧОС, http://surl.li/afnuc Ти Медіа, http://surl.li/afnud
АУДІОКОНТЕНТ	
Подкасти	Все потребує доказів, http://surl.li/afnue
НАВЧАЛЬНІ КУРСИ НА ОСВІТНІХ ПЛАТФОРМАХ	
Платформа Prometheus	Медіаграмотність для освітян, http://surl.li/afnug Медіаграмотність: практичні навички, http://surl.li/afnui Наука повсякденного мислення, http://surl.li/mgol Критичне мислення, https://courses.prometheus.org.ua
IREX	Медіаграмотність для громадян, http://surl.li/afnuj
Детектор Медіа	Новинна грамотність, https://cutt.ly/8WMkOXh
БУМ	Верифікація в Інтернеті https://cutt.ly/mWMkSaE Як розуміти соціальні мережі, https://cutt.ly/JWMkFsQ
Ed-Era	Very Verified, https://verified.ed-era.com/ua
4mata	Курс із медіаграмотності для батьків, https://cutt.ly/zWMkHjc
ТЕКСТОВІ РЕСУРСИ	
Онлайн посібники	«МедіаДрайвер» (громадська організація Детектор Медіа), http://mediadriverr.online «Информационный обман. Как не попасть впросак?» (громадська організація Internews Ukraine), https://cutt.ly/OWMkKIN «Як розпізнати фейк?» (Міністерство інформаційної політики України спільно з проєктом ЄС «Association4U»), http://mip.gov.ua/files/pdf/antifake_ua_web.pdf «Довіряй, але перевіряй. Медіаграмотність в українському суспільстві» (клуб ілюстраторів Pictoric), https://issuu.com/pictoric.ua/docs/book_media «Медіакомпас: путівник професійного журналіста» (Інститут масової інформації), https://cutt.ly/VWMkCrp Бібліотека масової комунікації та медіаграмотності АУП (aup.com.ua) У мережі з Санго, https://cutt.ly/3WMkBT1 Освітні практики із запобігання інфомедії, або Як не ізолюватися від правди, https://cutt.ly/eWMk1Z5 Медіаосвіта в школі та на уроці: основи і приклади, https://cutt.ly/2WMk3gD

	Практичний посібник з медіаграмотності для мультиплікаторів, https://cutt.ly/pWMk4qX
е-словники	Мультимедійний словник з інфомедійної грамотності http://lcorp.ulif.org.ua/InfoMediavl/
КРЕОЛІЗОВАНІ РЕСУРСИ	
Комікси	Комікси «Подорож у телевізійне Задзеркалля», https://cutt.ly/gWMle8P Комікси про журналістську етику, https://cutt.ly/rWMItdD
Дудли	Дудл до Дня народження Google, https://cutt.ly/IWMLuaZ
Постери	Ми медіаграмотні, Факт vs судження, 6 кроків до медіаграмотності, https://cutt.ly/dWMIlu
Інфографіка	Що таке медіаграмотність і як її розвивати?, https://cutt.ly/IWMLpWw Як навчити дітей правильно сприймати рекламу: прості стратегії проти маніпуляції, https://cutt.ly/gWMIldym Відео. Аудіо, текст та графіка: як сприймати різноманітний контент критично правильно, https://cutt.ly/9WMIldV Впізнай фейк в обличчя: 8 кроків до викриття, https://cutt.ly/eWMIhDy
ІГРОВИЙ КОНТЕНТ	
Онлайн-ігри	«Медіаграмотна місія» та «Медіаграмотність для громадян», http://irex.mocotms.com/ «Медіадрайвер», http://mediadriver.online/ «Медіазнайко», http://www.aup.com.ua/Game/ Школа онлайн безпеки дітей, https://cutt.ly/xWMIkAR «Пригоди Літератуса», https://media.am/literatus «365° за шкалою медіаграмотності», https://www.aup.com.ua/365-game/

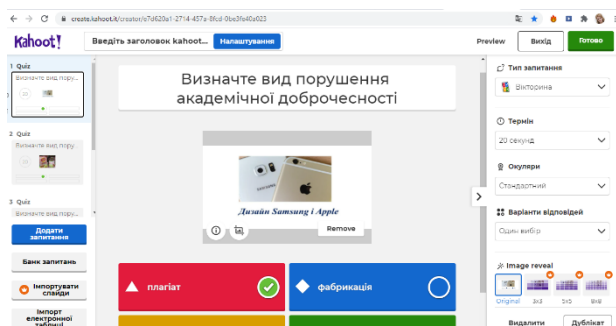
Авторські Інтернет-ресурси для медіаосвіти

Авторські комікси. Використання вже готових коміксів та завдання з розробки коміксів дозволяє урізноманітнити види діяльності слухачів, сформувані візуальну грамотність як складову інфомедійної грамотності та виробити вміння оцінювати обставини, висловлювати власне ставлення до певних подій та розвивати критичне мислення. Прикладом такого завдання може бути розробка коміксу за допомогою сервісу Pixton (<http://www.pixton.com>), що використана під час виконання вправи «Новинна політика» (рис. 3, автор Н. Пономаренко).



Рис. 3. Комікс «Новинна політика» (Pixton)

Авторські онлайн вікторини, тести, опитування, створені за допомогою сервісів Kahoot (<https://kahoot.com>) та MentiMeter. Прикладами таких завдань є гра «Факти і правда про місто Суми» (<https://cutt.ly/ZWMIWng>, автор Н. Пономаренко), гра «Академічна доброчесність» (рис. 4, автор Н. Пономаренко) та опитування «Сучасний журналіст: який він?» (рис. 5, <https://cutt.ly/9WMIEFF>; автор Н. Пономаренко).



*Рис. 4. Гра «Академічна доброчесність»
(Kahoot)*

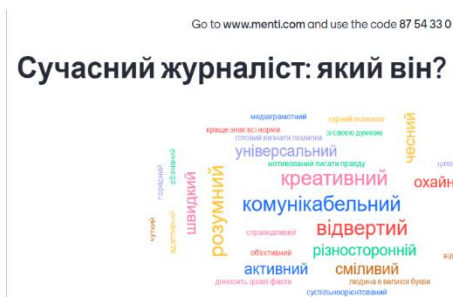


Рис. 5. Опитування «Сучасний журналіст: який він?» (MentiMeter)

Інтерактивні завдання створені за допомогою сервісів LearningApps.org та Jamboard. Прикладами таких завдань є вправи «Компоненти інфомедійної грамотності» (рис. 6, <https://cutt.ly/9WMIтсР>, автор Н. Пономаренко), «Спам-фішинг-фейк» (рис. 7, <https://cutt.ly/KWMIYYt>, автор Н. Пономаренко), «Факт і судження» (рис. 8, <https://cutt.ly/qWMIlaf>, автор Н. Пономаренко).

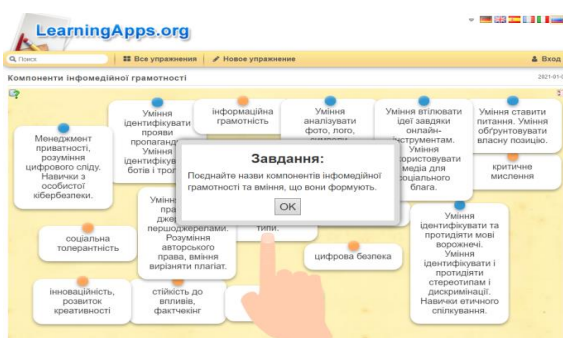


Рис. 6. Вправа «Компоненти інфомедійної грамотності» (LearningApps.org)



Рис. 7. Вправа «Спам-фішинг-фейк»
(LearningApps.org)

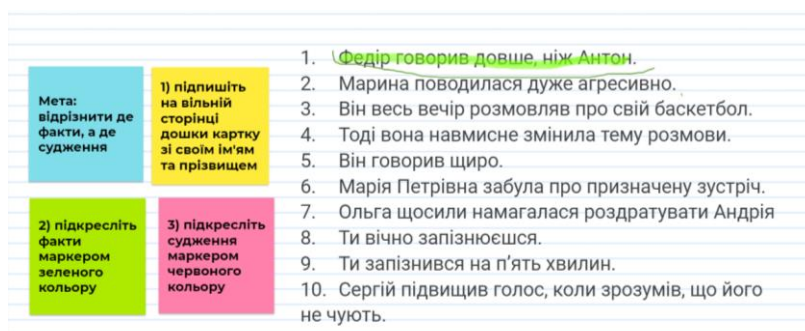


Рис. 8. Вправа «Факт і судження» (Jamboard)

Авторські квести, створені за допомогою сервісу Learnis. Приклад такого квесту є (<https://cutt.ly/aWMIpRg>, автор Н. Пономаренко).

Інтерактивні дошки, створені за допомогою сервісу Padlet. Під час формування медіаграмотності такі дошки можна використовувати для втілення проектної роботи, пірінгової взаємодії, індивідуальних завдань або як інструмент збору інформації від усіх здобувачів освіти в одному місці та реалізації методу колаборації (наприклад, «МЕДІА&ВЧИТЕЛЬський кампус», <https://cutt.ly/4WMIspQ>, автори О. Семеног, Н. Пономаренко).

Авторські блоги «Мова та акули пера» (<https://cutt.ly/5WMI03>) у соціальній мережі Facebook (адміністратор – Н. Пономаренко) є своєрідною віртуальною освітньою лабораторією, мета якої – удосконалення мовленнєвої компетентності представників медіасфери та формування інфомедійної грамотності студентів спеціальності 061 Журналістика.

Освітньо-дослідницький центр «МЕДІА&ВЧИТЕЛЬський кампус» (розробники - О. Семеног, Н. Пономаренко; <https://cutt.ly/xWMIJdZ>) – це науково-методичний підрозділ СумДПУ імені А. С. Макаренка, що здійснює фахово-методичну, дослідницьку, освітньо-консультативну роботу з метою формування інфомедійної грамотності майбутніх учителів-тьюторів на засадах академічної доброчесності та міжрегіональної партнерської взаємодії, активно сприяє функціонуванню і популяризації вживання української мови в засобах медіа у м. Суми, Сумської області.

Віртуальна лексикографічна лабораторія «Мультимедійний словник з інфомедійної грамотності». До створення віртуальної лексикографічної лабораторії «Мультимедійний словник з інфомедійної грамотності» (головні редактори А. Загнітко та В. Широков) (далі МСІГ) долучились науковці Українського мовно-інформаційного фонду Національної академії наук України Маргарита Надутенко, Максим Надутенко, а також О. Семеног, Н. Пономаренко, Н. Грона, та ін. Цільова аудиторія: здобувачі освіти, фахівці в галузі медійної комунікації, журналісти, учителі, викладачі, широке коло користувачів, які професійно цікавляться питаннями інфомедійної грамотності.

Створення МСІГ відбувалося в межах Проєкту «ВР-ІМГ». Віртуальна лабораторія містить 145 лексем (українською, англійською, російською, у перспективі – польською), над наповненням реєстру яких лексикографи працюють дотепер.

Укладання словника реалізує низку завдань: створення експериментальної системи віртуальної професійної взаємодії, яка застосовує сучасні лінгвістичні технології; формування інноваційного інформаційно-довідкового ресурсу, що містить інформацію про елементи онтології предметної галузі «медіа» (класи термінів, їх дефініції та мультимедіа), який є відкритою системою, може оновлюватися в режимі реального часу та наповнюватися новими функціями; надання основних відомостей про ключові терміни та поняття інфомедійної грамотності широкому колу користувачів; використання словника як практичного тренажера для студентів та учнів.

3.2.2. Соціальні мережі й дискусійні Інтернет-майданчики

Термін «соціальні медіа» німецькі дослідники А. Каплан та М. Хайнлайн характеризують як «групу базованих додатків в Інтернеті, що увиразнюють технологічні основи Веб-2.0 і дозволяють створювати та обмінюватися контентом між користувачами» [28]. Зміст може містити текст, відео, зображення, подкасти та інші мультимедійні комунікації. Найпопулярнішими серед таких є Facebook, Twitter, LinkedIn, Google talk, чат Yahoo, Skype, WhatsApp тощо. На важливості соціальних мереж наголошує також і К. Годлевська, акцентуючи увагу на необхідності перегляду ролі соціальних мереж і дискусій на соціальних платформах, оскільки «постійне

розширення цифрової сфери перетворює пасивну аудиторію у співтовариство активних користувачів, які обмінюються новинами і інтерпретують інформацію» [29].

У популярних соціальних мережах, зокрема таких, як Facebook, створено низку спільнот, що спрямовані на розвиток інфомедійної грамотності.

Спільнота «Розвиток медіапсихології та медіаосвіти в Україні» (<https://cutt.ly/LWMIvx2>) створена лабораторією психології масової комунікації та медіаосвіти Інституту соціальної та політичної психології НАПН України для обміну думками, інформацією, цікавими статтями та відео.

Медіашкола професора Ганни Онкович (<https://cutt.ly/WWMIbF2>) позиціонує український авторський культурно-освітній проєкт з медіаосвіти.

Спільнота «Медіакультура вчителя-словесника» (<https://cutt.ly/pWMIlnQy>) та Блог медіатренера М. М. Ячменик (<https://cutt.ly/JWMIlnGt>) створені у межах діяльності лабораторії медіаграмотності підрозділу Ресурсного центру професійного розвитку вчителя української мови і літератури Сумського державного педагогічного університету імені А. С. Макаренка (керівник – Семенов О. М.), що здійснює фахово-методичну, дослідницьку, освітньо-консультативну, культурно-освітню роботу з метою оволодіння основами медіаосвіти, інфомедійної грамотності учнями, студентами, учителями.

До дискусійних Інтернет-майданчиків належать інтернет-конференції, інтернет-семінари, інтернет-консультації, форуми тощо. Серед тематичних онлайн конференцій виділимо заходи, які проводяться на порталі «На урок»:

- Сучасні освітні тенденції: медіаграмотність та критичне мислення (<https://naurok.com.ua/conference/media-critical-thinking>),
- Практичний інтенсив: використання інтернет-ресурсів (<https://naurok.com.ua/conference/internet-resursy>),
- Безпека в інтернеті (<https://naurok.com.ua/conference/internet-safety>),
- Інтернет-ресурси в навчальному процесі (<https://naurok.com.ua/conference/edtech>),
- Мислення логічне, креативне, критичне (<https://naurok.com.ua/conference/thinking>),
- Безпечний інтернет для учнів та освітян (<https://naurok.com.ua/conference/safe-internet-use>),
- Розвиток критичного, логічного та креативного мислення (<https://naurok.com.ua/conference/thinking-development>),
- Сучасні інтернет-ресурси для організації ефективного навчання (<https://naurok.com.ua/conference/online-resources>).

3.2.3. Спеціалізовані науково-популярні сайти

Проведений аналіз дав можливість виокремити спеціалізовані ресурси мережі Інтернет, зокрема лінгвістичні інтернет-ресурси, сайти наукових лабораторій, асоціацій, тематичні блоги та форуми.

Сайти наукових лабораторій

Сайт лабораторії психології масової комунікації та медіаосвіти НАПН України (<http://www.mediaosvita.org.ua>) має на меті відстеження рівня медіакультури шкільної молоді та дорослого населення, осмислення методологічних і методичних підходів до розгортання медіаосвіти в системі загальної освіти. Серед творчих здобутків лабораторії відзначимо розробку Концепції впровадження медіаосвіти в Україні (2010, 2016), вітчизняної соціально-психологічної моделі медіаосвіти, проведення всеукраїнського медіаосвітнього експерименту з упровадження медіаосвіти в освітній процес закладів загальної середньої освіти, моніторингу медіакультури молоді.

Лабораторія організовує медіаосвітні школи і семінари з практичної медіаосвіти, розробляє програми та методичне забезпечення шкільної і позашкільної медіаосвіти.

Портал «Медіаосвіта і медіаграмотність» (<https://medialiteracy.org.ua/>) – інтерактивна професійна платформа для спілкування медіаосвітян (вихователів, учителів, викладачів) та медіаспоживачів, бібліотекарів. На порталі розміщено навчальні програми спецкурсів, презентації, публікації, матеріали конференції з проблеми формування медіаграмотності. Платформу створено у 2013 році на базі онлайн бібліотеки з медіаосвіти Міжнародного благодійного фонду «Академія української преси» (<http://www.aup.com.ua>). Її місія – упровадження медіаосвіти в освітній процес через формування та підтримку групи лідерів-медіапедагогів, залучення світового досвіду із впровадження медіаосвіти. За підтримки Академії української преси створено проекти «Програма медіаграмотності для громадян» та «Майстерня медіаграмотності. Вивчай і розрізняй: інфомедійна грамотність», медіаосвітні ігри «Медіазнайко», «Пригоди Літератуса», «365° за шкалою медіаграмотності».

Сайти громадських організацій

Портал «Детектор медіа» (<https://go.detector.media>) – громадська організація, що створена українськими журналістами у 2004 році і здійснює аналіз роботи вітчизняних медіа для підвищення якості їх продукту, сприяє медіаграмотності широкого кола громадян (розробка онлайн курсів).

MediaSapiens як складова portalу «Детектор Медіа» (<https://ms.detector.media/>) ставить за мету підвищити медіаграмотність аудиторії, допомогти споживачеві медійного контенту зрозуміти сутність медіа, орієнтуватись в інформаційному просторі, навчитись критично оцінювати медійні продукти, відрізняти якісну і правдиву інформацію, виявляти маніпулятивні спроби впливати на громадську думку, довідатись про інформаційні права та можливості їх використання.

Сайт «Liga.net» пропонує спецпроект «Медіагігієна» (<http://uchoose.info/category/kolonky/mediahigiena/>), спрямований на формування вмінь дотримуватись медіагігієни, розвиток критичного мислення, логіки, медіаграмотності широкого кола аудиторії.

Сайт Stopfake.org (<http://www.stopfake.org>) – волонтерський інтернет-проект, зосереджений на вияві й аналізі недостовірної інформації, на ознайомленні з антифейковим законодавством, на формуванні вмінь розрізняти фейкову інформацію.

Сайти, створені при університетах

Медіакритика (<http://www.mediakrytyka.info>) – часопис, заснований Інститутом медіаекології (екології масової інформації) Львівського національного університету імені Івана Франка та Західноукраїнським центром «Нова журналістика». Публікує наукові та науково-популярні статті з проблем масової комунікації та масмедіа.

MediaLab (<https://medialab.online>) – освітньо-аналітичний портал, створений за підтримки Посольства Великої Британії в межах проекту «Конфлікт у медіа & медіа в конфлікті: донесення дразливих питань через ЗМІ», над яким працює команда ГО «Львівський медіафорум» за підтримки Школи журналістики УКУ. На порталі розміщено інтерв'ю, дослідження, конспекти лекцій, колонки експертів, онлайн курси, навчальні відео з формування медіаграмотності.

Південноукраїнський центр медіаграмотності (<https://medialiteracy.zp.ua>) – медіаосвітній проект факультету журналістики Запорізького національного університету. Автори проекту мають на меті сприяти підвищенню рівня медіаграмотності населення Запорізької, Дніпропетровської, Кіровоградської та інших південних і центральних областей України. Проект просуває ідеї відповідального та розумного споживання медійної продукції найбільш вразливої аудиторії – шкільної і

студентської молоді шляхом організації освітніх заходів (лекцій, семінарів, круглих столів, конференцій), проведення інформаційної кампанії в регіональних засобах масової інформації. У межах роботи центру функціонує програма MediaPRO на радіо «Universe», що представляє цикл медіаосвітніх радіопрограм за авторством студентки факультету журналістики ЗНУ Марини Галич.

3.4. Експертна оцінка ступеня потенційного впливу Інтернет-ресурсів на розвиток інфомедійної грамотності

Для визначення ступеня потенційного впливу Інтернет-ресурсів на розвиток інфомедійної грамотності учнівської та студентської молоді було використано метод експертної оцінки.

Експертами виступили науковці, викладачі, які використовують цифрові технології в роботі з молоддю, мають досвід роботи в галузі медіа і були учасниками наукових проєктів, пов'язаних з медіаосвітою. Загальна кількість експертів – 11.

Кожний з експертів мав проранжувати вплив типів Інтернет-ресурсів на розвиток складників інфомедійної грамотності:

Тип 1. Відеоконтент (вебінари, освітні серіали, ютуб-канали).

Тип 2. Аудіоконтент (подкасти).

Тип 3. Освітні платформи (Prometheus, Ed-Era, IREX, 4mam та подібні до них).

Тип 4. Текстові (онлайн посібники, е-словники).

Тип 5. Креолізовані (комікси, дудли, постери, інфографіка).

Тип 6. Ігровий контент (онлайн ігри).

Тип 7. Соціальні мережі й дискусійні Інтернет-майданчики.

Тип 8. Спеціалізовані науково-популярні сайти (сайти наукових лабораторій, громадських організацій сайти, створені при університетах, тощо).

Усі дані збиралися в таблиці та уможлилювали підрахунок узагальненого рейтингу (табл. 3 для маркера М1 – медіаграмотність і табл. 4 для всіх маркерів: М1 – медіаграмотність; М2 – критичне мислення; М3 – соціальна толерантність; М4 – стійкість до впливів, фактчекінг; М5 – інформаційна грамотність; М6 – цифрова безпека; М7 – візуальна грамотність; М8 – уміння втілювати ідеї завдяки онлайн-інструментам - з узагальненим рейтингом).

Таблиця 3

Експертні оцінки потенційного впливу Інтернет-ресурсів для маркера М1

М1 – медіаграмотність	Тип 1	Тип 2	Тип 3	Тип 4	Тип 5	Тип 6	Тип 7	Тип 8
Експерт 1	3	6	1	2	8	4	7	5
Експерт 2	8	6	1	2	7	5	3	4
Експерт 3	8	3	2	1	7	6	4	5
Експерт 4	8	4	3	1	7	6	2	5
Експерт 5	7	4	3	2	8	5	1	6
Експерт 6	7	5	1	2	8	6	3	4
Експерт 7	6	5	1	2	7	8	3	4
Експерт 8	6	4	3	1	8	7	2	5
Експерт 9	6	4	3	2	8	7	1	5
Експерт 10	7	4	2	3	8	6	1	5
Експерт 11	8	5	1	2	7	6	3	4
Узагальнений рейтинг	74	50	21	20	83	66	30	52

Таблиця 4

**Узагальнений рейтинг впливу типів Інтернет-ресурсів
на всі маркери інфомедійної грамотності**

Маркери\ Типи Інтернет- ресурсів	T1	T2	T3	T4	T5	T6	T7	T8	W	χ^2 емпір
M1 – медіаграмотність	74	50	21	20	83	66	30	52	0,8	61.6
M2 – критичне мислення	62	81	21	31	35	39	57	70	0,61	47.0
M3 – соціальна толерантність	25	27	71	75	56	74	37	31	0,66	51.0
M4 – стійкість до впливів, фактчекінг	24	79	33	66	36	67	32	59	0,58	44.7
M5 – інформаційна грамотність	77	64	27	37	42	74	27	48	0,55	42.3
M6 – цифрова безпека	63	85	18	31	54	74	21	47	0,84	64.9
M7 – візуальна грамотність	55	86	31	62	30	75	26	31	0,745	57.4
M8 – уміння втілювати ідеї завдяки онлайн-інструментам	27	86	21	45	70	73	32	42	0,788	60.7
<i>Кількість найбільш рекомендованих виборів</i>	3	1	7	2	1	0	5	1		

Зауважимо, що останній рядок таблиці (кількість найбільш рекомендованих виборів) визначався як кількість тих маркерів (комірки позначені зеленим кольором), на які, на думку експертів, певний тип Інтернет-ресурсів впливав найбільше (оцінка по горизонталі як порівняно найменша сума рейтингових балів; обиралися 2-4 позиції, які мали невеликий розрив у балах).

Розраховане емпіричне значення критерію Пірсона для кожного маркера (остання колонка) є більшим за критичне (14.06714), а тому думки експертів слід вважати узгодженими й вірогідними.

За результатами експертної оцінки виявлено:

1) на маркери M1 (медіаграмотність як уміння визначати жанри журналістських повідомлень, аналізувати рекламу й розрізняти її типи) та M2 (критичне мислення як уміння ставити питання, обґрунтовувати власну позицію, оцінювати й інтерпретувати події) найбільшою мірою впливають Тип 3 (освітні платформи) і Тип 4 (текстові ресурси (онлайн посібники, е-словники тощо) Інтернет-ресурсів, що пояснюємо особливостями подання інформаційного контенту в синхронному та асинхронному форматі, базуючись на принципах відкритої освіти (гнучкість, модульність, незалежність від місця і часу, мультимедійність, інтерактивність, доступність);

2) на маркер M3 (соціальна толерантність як уміння ідентифікувати та протидіяти мові ворожнечі тощо) найбільше впливають Тип 1 (відеоконтент) та Тип 2 (аудіоконтент) Інтернет-ресурсів. Вибір експертів пояснюємо тим, що в такого типу Інтернет-ресурсах уможливлено дотримання актуальності проблемних питань та їх висвітлення в різних контекстах. Основні переваги задля формування M3 вбачаємо в прикладах аргументованих діалогів, інтерв'ю та ін.. Водночас інформативна насиченість, творча подача матеріалу, гумор позитивно впливають на розвиток лінгвістичного кругозору, здатності ідентифікувати та протидіяти мові ворожнечі,

ідентифікувати і протидіяти стереотипам і дискримінації, слугують джерелом мовленнєвих кліше (усталених виразів), на основі яких будується соціально толерантне мовлення.

3) на маркер М4 (стійкість до впливів, фактчекінг як уміння ідентифікувати прояви пропаганди, ботів і тролів, фейки й інструменти маніпуляції, вплив медіа на наші емоції) найбільше впливають Тип 1 (відеоконтент), Тип 3 (освітні платформи) та Тип 7 (соціальні мережі й дискусійні Інтернет-майданчики) Інтернет-ресурсів, що пояснюємо їх впливом на формування у здобувачів освіти умінь учитися самостійно, успішно й корисно комунікувати, активно слухати, критично оцінювати й робити висновки;

4) на маркер М5 (інформаційна грамотність як уміння ефективно здійснювати пошук інформації, досліджувати джерела, зокрема першоджерела, відрізнати факти від суджень, систематизувати інформацію, висувати гіпотези й оцінювати альтернативи) найбільшою мірою впливають Тип 3 (освітні платформи) і Тип 7 (соціальні мережі й дискусійні Інтернет-майданчики) Інтернет-ресурсів, що пояснюємо орієнтованістю цих ресурсів на постійний особистісний розвиток через традиційні та інтерактивні форми й методи навчання, поглиблення знань з окремих напрямів розвитку медіаосвіти завдяки використанню різноманітних цифрових платформ;

5) на маркер М6 (цифрова безпека як менеджмент приватності, розуміння цифрового сліду, навички особистої кібербезпеки та безпечної комунікації) найбільше впливають Тип 4 (текстові ресурси) та Тип 7 (соціальні мережі й дискусійні Інтернет-майданчики) Інтернет-ресурсів. Пояснюємо одночасною потребою самостійно вивчити окремі аспекти кібербезпеки (а це, зазвичай, посібники, науково-популярна література, форуми тощо, тобто текстовий контент) і потребою обговорити наявні знання чи, можливо, прогалини в набутих знаннях, що успішно можна здійснити, спілкуючись на дискусійних Інтернет-майданчиках);

6) на маркер М7 (візуальна грамотність як уміння аналізувати фото, лого, символи, постери, інфографіку) найбільшою мірою впливає Тип 3 (освітні платформи), Тип 5 (креолізовані ресурси) та Тип 8 (спеціалізовані науково-популярні сайти) Інтернет-ресурсів. Саме такого типу ресурси надають користувачам приклади, які ілюструють вимоги до якісної візуалізації, її ефект на реципієнтів, ступінь впливу на різні соціальні чи вікові групи тощо;

7) аналіз кількості найбільш рекомендованих типів Інтернет-ресурсів для розвитку інфомедійної грамотності свідчить, що найбільшу кількість маркерів інфомедійної грамотності (М1 – медіаграмотність; М2 – критичне мислення; М4 – стійкість до впливів, фактчекінг; М5 – інформаційна грамотність; М6 – цифрова безпека; М7 – візуальна грамотність; М8 – уміння втілювати ідеї завдяки онлайн-інструментам) охоплює Тип 3 (освітні платформи), що дозволяє рекомендувати саме його як найбільш впливовий для розвитку інфомедійної грамотності. Інтегральне поєднання інших двох типів Інтернет-ресурсів, а саме Тип 1 (відеоконтент (вебіари, освітні серіали, ютуб-канали)) та Тип 4 (текстові Інтернет-ресурси) або Тип 4 і Тип 7 (Соціальні мережі й дискусійні Інтернет-майданчики) також можуть успішно вплинути на формування інфомедійної грамотності за дещо іншими маркерами (М1 – медіаграмотність; М2 – критичне мислення; М3 – соціальна толерантність; М4 – стійкість до впливів, фактчекінг; М6 – цифрова безпека; М8 – уміння втілювати ідеї завдяки онлайн-інструментам), але в тій же кількості.

8) Не відзначений експертами як провідний Тип 6 (ігровий контент) Інтернет-ресурсів, що свідчить про його порівняно недостатню, на думку експертів, ефективність щодо дієвого впливу на розвиток інфомедійної грамотності молоді. Пояснюємо це використанням викладачами/учителями авторських ігор, які часто мають

вигляд або зводяться до тестів, та відсутністю якісно розроблених ігор із нелінійною структурою, які передбачають зарахування «успіхів», мають якісний візуальний і аудіальний супровід, різноманітні сюжетні лінії з неоднозначним фіналом тощо.

ВИСНОВКИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ ПОДАЛЬШИХ ДОСЛІДЖЕНЬ

Проведений аналіз, узагальнення міжнародних та вітчизняних нормативно-правових документів, наукових джерел дає підстави прийти до висновку, що інфомедійна грамотність - основна життєво важлива навичка - формується протягом життя.

З'ясовано, що в науковому контенті немає узгодженості щодо сутності та вживання термінів у сфері медіаосвіти. Термін «медіа», як засвідчує проведений аналіз словникових, наукових джерел (наукові журнали, книги, збірки статей, монографії, дисертації), урядових документів, стосується повідомлень засобів масової інформації, засобів масової комунікації, що виробляються для масової аудиторії за допомогою тієї чи іншої форми технології і передаються через візуальну, мовну або звукову форми. Медіаосвіту схарактеризовано як процес навчання і самонавчання за посередництва медіа, як науково-освітню сферу діяльності, що спрямована на формування психологічного захисту від маніпуляцій та формування медіаграмотності особистості.

Показано, що інфомедійна грамотність характеризується набором маркерів: М1 – медіаграмотність; М2 – критичне мислення; М3 – соціальна толерантність; М4 – стійкість до впливів, фактчекінг; М5 – інформаційна грамотність; М6 – цифрова безпека; М7 – візуальна грамотність; М8 – уміння втілювати ідеї завдяки онлайн-інструментам.

Обґрунтовано, що розвитку інфомедійної грамотності учнівської та студентської молоді значною мірою сприяють Інтернет-ресурси. Проведений аналіз електронних освітніх ресурсів у мережі Інтернет уможливив їх класифікацію: відеоконтент (вебінари, освітні серіали, медіатексти, ютуб-канали тощо); аудіоконтент (подкасти); освітні платформи (Prometheus, Ed-Era, IREX, 4mata та подібні до них); текстові ресурси (онлайн посібники, е-словники тощо); креолізовані ресурси (комікси, дудли, постери, інфографіка тощо); ігровий контент (онлайн ігри); соціальні мережі й дискусійні Інтернет-майданчики; спеціалізовані науково-популярні сайти (сайти наукових лабораторій, громадських організацій; сайти, створені при університетах тощо).

Проведено експертну оцінку ступеня потенційного впливу Інтернет-ресурсів на розвиток інфомедійної грамотності. За результатами експертної оцінки виявлено, що на маркери М1 (медіаграмотність) та М2 (критичне мислення) найбільшою мірою впливають освітні платформи і текстові ресурси (онлайн посібники, е-словники тощо) Інтернет-ресурсів. На маркер М3 (соціальна толерантність) значною мірою впливають відео та аудіоконтент Інтернет-ресурсів; на маркери М4 (стійкість до впливів, фактчекінг), М5 (інформаційна грамотність) – освітні платформи, соціальні мережі й дискусійні Інтернет-майданчики; на маркер М6 (цифрова безпека) – текстові ресурси, соціальні мережі й дискусійні Інтернет-майданчики; на маркер М7 (візуальна грамотність) – освітні платформи, креолізовані ресурси, спеціалізовані науково-популярні сайти.

За результатами експертної оцінки на розвиток переважної кількості маркерів інфомедійної грамотності великою мірою впливають освітні платформи (Prometheus, Ed-Era, IREX, 4mata та подібні до них), відеоконтент (вебінари, освітні серіали, ютуб-канали тощо) і текстові ресурси (онлайн посібники, е-словники тощо).

Подальших наукових досліджень потребує експериментальне підтвердження результатів проведеної експертної оцінки на базі різних освітніх установ з різними віковими групами населення. Також перспективним вбачаємо розроблення відповідного діагностувального апарату для визначення рівня розвитку інфомедійної грамотності за кожним маркером.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

- [1] A. Kazakov, "The World of Media Literacy Education in the Focus of Alexander Fedorov's Scientific School". *Media Education (Mediaobrazovanie)*. No 17(1), pp.77-85, 2021. doi: 10.13187/me.2021.1.77.
- [2] S. Jeong, H. Cho, and Y. Hwang, "Media Literacy Interventions: A Meta-Analytic Review". *Journal of communication*. V. 62, Is. 3, 2012. doi: 10.1111/j.1460-2466.2012.01643.x.
- [3] I. Hazanov The World of Media in the Research of the Scientific School "Media Education and Media Competence". *Media Education (Mediaobrazovanie)*. No 60(4): 645-652, 2020. doi: 10.13187/me.2020.4.645.
- [4] S. Zhu, H. H. Yang, D. Wu, and F. Chen, "Investigating the Relationship Between Information Literacy and Social Media Competence Among University Students". *Journal of educational computing research*. No 0735633121997360, 2021. doi: 10.1177/0735633121997360.
- [5] J. M. Pérez-Tornero, and S. Tayie, "Teacher training in media education: curriculum and international experiences". *Comunicar*. No 20(39), pp. 10-14, 2012. doi: 10.3916/C39-2012-02-00.
- [6] E. A. Makarova, and E. L. Makarova, "The Functional Model of Using Visualization and Digitalization for Media Literacy Development in Media Education Process". *Media Education (Mediaobrazovanie)*. No 59(4), pp. 547-556, 2019. doi: 10.13187/me.2019.4.547.
- [7] L. L. Bulatovic, G. Bulatovic, and O. Arsenijevic, "The education of future teachers of multimedia literacy in Serbia". In *EDULEARN14: 6th International conference On education and new learning technologies*. 2014. Jul. 07-09, pp. 590-597.
- [8] O. Semenog, O. Semenikhina, P. Oleshko, R. Prima, O. Varava, and R. Pykaliuk, "Formation of Media Educational Skills of a Future Teacher in the Professional Training". *Revista Romaneasca Pentru Educatie Multidimensionala*, No 12(3), pp. 219-245, 2020. doi: 10.18662/rrem/12.3/319.
- [9] А. В. Федоров, А. А. Левицкая, И. В. Челышева, Е. В. Мурюкина, та Д. Е. Григорова, "Медиаобразование в странах Восточной Европы". М.: МОО «Информация для всех», 2014.
- [10] М. О. Осюхіна, "Медіа- та інформаційна грамотність як складова сучасних інформаційно-комунікаційних обмінів (національна концепція у контексті світового досвіду)", дис. канд. наук із соціальних комунікацій, Дніпровський національний університет ім. О. Гончара, Дніпро, 2018.
- [11] Г. О. Головченко, "Аналіз діяльності центрів медіаосвіти в Україні". *Освіта дорослих: теорія, досвід, перспективи*. Вип. 1 (17), 29-39, 2020.
- [12] О. Гарматій, "Громадський сектор як провідний гравець сучасного поля медіаосвітньої діяльності". *Наукові записки Інституту журналістики*. Т. 2 (71), 32-43, 2018.
- [13] H. Horbenko, O. Hondiul, and Y. Fruktova. "Non-formal education of educators in media centers of leading European countries: educational and methodological aspect". *Continuing Professional Education Theory and Practice*. Is. 4, 103-109, 2020. doi: 10.28925/1609-8595.2020.4.13.
- [14] Г. Г. Побережська, "Огляд українських медіаосвітніх ресурсів в інтернеті як джерел формування медіакультури особистості". *Обрії друкарства*. № 1 (7), 135-143, 2019.
- [15] А. Коваленко, та С. Шаров, "Розвиток медіаграмотності за допомогою онлайн платформи PROMETHEUS". *Гуманітарний простір науки: досвід та перспективи*. №2, 157-161, 2019.
- [16] D. Bawden, "Information and digital literacies: A review of concepts," *Journal of Documentation*, vol. 57, no 2, 218–259, 2001. <http://dx.doi.org/10.1108/EUM0000000007083>.
- [17] М. Б. Лагутин, *Наглядная математическая статистика: учебное пособие*. М.: БИНОМ. Лаборатория знаний, 2007.
- [18] С. Д. Бешелев, та Ф. Г. Гурвич, "Математико-статистические методы экспертных оценок". М.: Статистика, 1980.
- [19] Г. О. Головченко, "Тенденції розвитку медіаосвіти у США і Канаді", дис. докт. пед. наук. Інститут педагогічної освіти і освіти дорослих імені Івана Язюна НАПН України, Київ, 2020.
- [20] J. Crawford, and C. Irving. Information literacy:The link between secondaryand tertiary education projectand its wider implications. *Journal of librarianship and information science*, 39 (1), 2007. doi: 10.1177/0961000607074812.

- [21] R. Penman, and S. Turnbull, Media Literacy: Concepts, Research and Regulatory Issues: Report for Australian Communications and Media Authority, Canberra, 2007. Available: www.acma.gov.au/medialiteracy
- [22] M. Zaghloul, Media Education. Paris: UNESCO, 1984. [Електронний ресурс]. Доступно: <https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000062522>.
- [23] Концепція впровадження медіаосвіти в Україні. [Електронний ресурс]. Доступно: ms.detector.media/.../kontseptsiya_vprovadzhennya_mediaosviti_v_ukraini_nova_red.
- [24] R. E. Mayer, *Multimedia learning*. New York: Cambridge University Press, 2001.
- [25] C. Lynch, Information literacy and information technology literacy: new components in the curriculum for a digital culture. In Computer Science and Telecommunications Board of the National Research Council, 1994. [Електронний ресурс]. Доступно: http://old.cni.org/staff/cliffpubs/info_and_it_literacy.pdf.
- [26] J. N. Gathegi, Social Media Networking Literacy: Rebalancing Sharing, Privacy, and Legal Observance. *Communications in Computer and Information Science*, 492, 101-108, 2014.
- [27] О. Ляченко, “Медіаграмотність в освітньо-професійній програмі підготовки здобувачів вищої освіти”, *Актуальні питання гуманітарних наук*. Вип 28, т. 2, 113-119, 2020. doi.org/10.24919/2308-4863.2/28.208652.
- [28] A. M. Kaplan, and M. Haenlein, “Users of the world, unite! The challenges and opportunities of social media”, *Business Horizons*. Vol. 53, Is. 1, 59-68, 2010.
- [29] К. Годлевська, “Професійна підготовка майбутніх учителів з використанням соціальних медіа”, *Вісник кафедри ЮНЕСКО «Неперервна професійна освіта XXI століття»*. по 2, 36-41, 2020.

Матеріал надійшов до редакції 15.11.2021 р.

TYPOLOGY OF INTERNET RESOURCES FOR THE DEVELOPMENT OF YOUTH'S INFOMEDIA LITERACY

Marina G. Drushlyak

Doctor of Pedagogical Sciences, Associate Professor, Associate Professor at the Department of Mathematics
Makarenko Sumy State Pedagogical University, Sumy, Ukraine
ORCID ID 0000-0002-9648-2248
marydru@fizmatsspu.sumy.ua

Olena M. Semenog

Doctor of Pedagogical Sciences, Professor, Chair of the Department of Ukrainian Language
Makarenko Sumy State Pedagogical University, Sumy, Ukraine
ORCID ID 0000-0002-8697-8602
olenasemenog@gmail.com

Nataliia V. Hrona

Doctor of Pedagogical Sciences, Teacher of Higher Category, Teacher-methodologist, Chairman of the Cycle Commission of Teachers of the Ukrainian language and literature
Franko Pryluky Humanitarian and Pedagogical College, Pryluky, Ukraine
ORCID.ID 0000-0003-2578-2865
natashagrona@ukr.net

Nataliia P. Ponomarenko

PhD, teacher of Journalism
Machine Building College of SSU, Sumy, Ukraine
ORCID ID 0000-0001-7857-0976
n.ponomarenko@mksumdu.info

Olena V. Semenikhina

Doctor of Pedagogical Sciences, Professor, Chair of the Department of Computer Science
Makarenko Sumy State Pedagogical University, Sumy, Ukraine
ORCID ID 0000-0002-3896-8151
e.semenikhina@fizmatsspu.sumy.ua

Abstract. The article characterizes the typology of electronic resources in the field of media education. The types of electronic resources that can be successful for the development of pupils'

and students' infomedia literacy are identified. The expert evaluation of the effectiveness of electronic resources for the formation of infomedia literacy is conducted. Media education is characterized as a process of learning and self-learning through the media, as a scientific and educational field of activity aimed at the formation of psychological protection against manipulation and the formation of media literacy of the individual. It is shown that infomedia literacy is characterized by a set of markers: media literacy, critical thinking, social tolerance, resistance to influences, fact-checking, information literacy, digital security, ability to prevent risks in communication, visual literacy; ability to implement ideas through online tools, ability to use media for social good. It is substantiated that the development of infomedia literacy is greatly facilitated by Internet resources. The analysis of electronic educational Internet resources made it possible to classify them: video content (webinars, educational series, media texts, YouTube channels, etc.); audio content (podcasts); educational platforms (Prometheus, Ed-Era, IREX, 4mama and similar); text resources (online tutorials, e-dictionaries, etc.); creolized resources (comics, doodles, posters, infographics, etc.); game content (online games); social networks and discussion Internet platforms; specialized popular science sites (sites of scientific laboratories, public organizations; sites created at universities, etc.). The expert assessment of the degree of potential impact of Internet resources on the development of infomedia literacy was conducted. According to the results of the expert assessment, educational platforms (Prometheus, Ed-Era, IREX, 4mama and similar), video content (webinars, educational series, YouTube channels, etc.) and text resources (online manuals, e-dictionaries, etc.) most effectively influence the development of the largest number of markers of infomedia literacy.

Keywords: media education; media literacy; information and media literacy; information literacy; digital security; Internet resources; development of information literacy; electronic educational resources; pupils and students.

REFERENCES (TRANSLATED AND TRANSLITERATED)

- [1] A. Kazakov, "The World of Media Literacy Education in the Focus of Alexander Fedorov's Scientific School". *Media Education (Mediaobrazovanie)*. no. 17(1), pp.77-85, 2021. doi: 10.13187/me.2021.1.77. (in English)
- [2] S. Jeong, H. Cho, and Y. Hwang, "Media Literacy Interventions: A Meta-Analytic Review". *Journal of communication*. vol. 62, Is. 3, 2012. doi: 10.1111/j.1460-2466.2012.01643.x. (in English)
- [3] I. Hazanov The World of Media in the Research of the Scientific School "Media Education and Media Competence". *Media Education (Mediaobrazovanie)*. no. 60(4): 645-652, 2020. doi: 10.13187/me.2020.4.645. (in English)
- [4] S. Zhu, H. H. Yang, D. Wu, and F. Chen, "Investigating the Relationship Between Information Literacy and Social Media Competence Among University Students". *Journal of educational computing research*. No 0735633121997360, 2021. doi: 10.1177/0735633121997360. (in English)
- [5] J. M. Pérez-Tornero, and S. Tayie, "Teacher training in media education: curriculum and international experiences". *Comunicar*. no. 20(39), pp. 10-14, 2012. doi: 10.3916/C39-2012-02-00. (in English)
- [6] E. A. Makarova, and E. L. Makarova, "The Functional Model of Using Visualization and Digitalization for Media Literacy Development in Media Education Process". *Media Education (Mediaobrazovanie)*. no. 59(4), pp. 547-556, 2019. doi: 10.13187/me.2019.4.547. (in English)
- [7] L. L. Bulatovic, G. Bulatovic, and O. Arsenijevic, "The education of future teachers of multimedia literacy in Serbia". In *EDULEARN14: 6th International conference On education and new learning technologies*. 2014. Jul. 07-09, pp. 590-597. (in English)
- [8] O. Semenog, O. Semenikhina, P. Oleshko, R. Prima, O. Varava, and R. Pykaliuk, "Formation of Media Educational Skills of a Future Teacher in the Professional Training". *Revista Romaneasca Pentru Educatie Multidimensionala*, no. 12(3), pp. 219-245, 2020. doi: 10.18662/rrem/12.3/319. (in English)
- [9] A. V. Fedorov, A. A. Levickaja, I. V. Chelysheva, E. V. Murjukina, ta D. E. Grigorova, "Media education in Eastern Europe". M.: MOO «*Informacija dlja vseh*», 2014. (in Russian)
- [10] M. O. Osiukhina, "Media and information literacy as a component of modern information and communication exchanges (national concept in the context of world experience)", Ph.D. dissertation, Honchar Dnipro National University, Dnipro, 2018. (in Ukrainian)
- [11] H. O. Holovchenko, "Analysis of the activities of media education centers in Ukraine". *Osvita doroslykh: teoriia, dosvid, perspektyvy*. Is. 1 (17), pp.29-39, 2020. (in Ukrainian)
- [12] O. Harmatii, "The public sector as a leading player in the modern field of media education". *Naukovi zapysky Instytutu zhurnalistyky*. vol. 2 (71), pp.32-43, 2018. (in Ukrainian)

- [13] H. Horbenko, O. Hondiul, and Y. Fruktova. "Non-formal education of educators in media centers of leading European countries: educational and methodological aspect". *Continuing Professional Education Theory and Practice*. Is. 4, pp.103-109, 2020. doi: 10.28925/1609-8595.2020.4.13. (in English)
- [14] H. H. Poberezska, "Review of Ukrainian media educational resources on the Internet as sources of formation of media culture of personality". *Obrii drukarstva*. no. 1 (7), pp135-143, 2019. (in Ukrainian)
- [15] A. Kovalenko, and S. Sharov, "Development of media literacy using the online platform PROMETHEUS". *Humanitarnyi prostir nauky: dosvid ta perspektyvy*. №2, 157-161, 2019. (in Ukrainian)
- [16] D. Bawden, "Information and digital literacies: A review of concepts," *Journal of Documentation*, vol. 57, no 2, pp.218–259, 2001. doi:http://dx.doi.org/ 10.1108/EUM0000000007083. (in English)
- [17] M. B. Lagutin, *Visual Mathematical Statistics: A Study Guide*. M.: BINOM. *Laboratorija znanij*, 2007. (in Russian)
- [18] S. D. Beshelev, and F. G. Gurvich, "Mathematical and statistical methods of expert assessments". M.: Statistika, 1980. (in Russian)
- [19] H. O. Holovchenko, "Trends in media education in the United States and Canada", Doctoral Dissertation. Instytut pedahohichnoi osvity i osvity doroslykh imeni Ivana Ziaziuna NAPN Ukrainy, Kyiv, 2020. (in Ukrainian)
- [20] J. Crawford, and C. Irving. Information literacy: The link between secondary and tertiary education project and its wider implications. *Journal of librarianship and information science*, 39 (1), 2007. doi: 10.1177/0961000607074812. (in English)
- [21] R. Penman, and S. Turnbull, *Media Literacy: Concepts, Research and Regulatory Issues: Report for Australian Communications and Media Authority*, Canberra, 2007. [Online]. Available: www.acma.gov.au/medialiteracy. (in English)
- [22] M. Zaghloul, *Media Education*. Paris: UNESCO, 1984. [Online]. Available: <https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000062522>. (in English)
- [23] The concept of introducing media education in Ukraine. [Online]. Available: ms.detector.media/.../kontseptsiya_vprovadzhennya_mediaosviti_v_ukraini_nova_red. (in Ukrainian)
- [24] R. E. Mayer, *Multimedia learning*. New York: Cambridge University Press, 2001. (in English)
- [25] C. Lynch, Information literacy and information technology literacy: new components in the curriculum for a digital culture. In Computer Science and Telecommunications Board of the National Research Council, 1994. [Online]. Available: http://old.cni.org/staff/cliffpubs/info_and_it_literacy.pdf. (in English)
- [26] J. N. Gathegi, Social Media Networking Literacy: Rebalancing Sharing, Privacy, and Legal Observance. In The Second European Conference on Information Literacy, Dubrovnik, Croatia, October 20th-23rd, 2014, doi:https://doi.org/10.1007/978-3-319-14136-7_11. (in English)
- [27] O. Ilchenko, "Media literacy in the educational and professional training program for higher education", *Aktualni pytannia humanitarnykh nauk*. Is. 28, vol. 2, pp.113-119, 2020. doi:doi.org/10.24919/2308-4863.2/28.208652. (in Ukrainian)
- [28] A. M. Kaplan, and M. Haenlein, "Users of the world, unite! The challenges and opportunities of social media", *Business Horizons*. vol. 53, Is. 1, pp.59-68, 2010. (in English)
- [29] K. Hodlevska, "Professional training of future teachers using social media", *Visnyk kafedry YuNESKO «Neperervna profesiina osvita KhKhI stolittia»*. no. 2, pp.36-41, 2020. (in Ukrainian)

