**ДНІПРОВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ**

**УНІВЕРСИТЕТ ІМЕНІ ОЛЕСЯ ГОНЧАРА**

ФАКУЛЬТЕТ СИСТЕМ І ЗАСОБІВ МАСОВОЇ КОМУНКАЦІЇ

КАФЕДРА МАСОВОЇ ТА МІЖНАРОДНОЇ КОМУНІКАЦІЇ

**Пояснювальна записка**

до кваліфікаційної роботи

бакалавра

на тему: «Просвітницькі онлайнові ресурси у системі медіаосвіти»

Виконала: студентка IV курсу, групи ЗЖ–18–01

спеціальності 061 журналістика

освітня програма «Журналістика»

Степаненко К. І.

Керівник \_\_\_\_ Кирилова О.В., канд.філол.наук, доц.

Рецензент\_\_\_\_ Михайлова А.А., канд.філол.наук, доц.

**м. Дніпро — 2022 р.**

**RESUME**

**The topic** of the project covers the development of web directories as a modern and relevant for the Internet users way of learning or obtaining advanced training, their features, structural elements, attempts to introduce a media education system in Ukraine in different ways and formats.

**Problem.** Despite the amount of research in the field of journalism and its long history through the centuries, today it remains one of the unexplored environments of mankind, about which there are many myths and gossips. Ukrainian-speaking audience needs to be created a single resource where all information about journalism would be structured, verified, understood by everyone and concisely presented, given its main ideas and transformations in the modern media space.

**Idea.** Based on the results achieved during its development, the media project invites Ukrainian-speaking audiences to expand their understanding of journalism as a profession and ideology that is undergoing daily transformation, using a web directory for a free cloud service, and to motivate further dissemination of true knowledge about journalism.

**Technical characteristics.** Technological development and implementation of the media product was carried out with the help of the international cloud service "WIX". The presented product is available for viewing on any device (computer, laptop, tablet, phone), the only requirement is Internet access. The project contains links to other web resources that will open in a new tab on the device.

**Audience** of this work is the most active social group - people aged 17 to 50, who are also the most active Internet users who are interested in learning, gaining additional knowledge or personal development.

**ЗМІСТ**

Вступ 4

Розділ 1. Специфіка реалізації медіаосвітніх проєктів 7

1.1 Особливості наукового осмислення категорії «медіаосвіта» 8

1.2 Ефективні медіаосвітні онлайнові ресурси 15

Розділ 2. Вебдовідник «Путівник | Журналістика» як елемент освітнього процесу 20

2.1 Вебдовідник: специфіка формату 20

2.2 Загальна характеристика вебдовідника «Путівник | Журналістика» 23

2.2.1 Технологічна база 23

2.2.2 Аудиторія та перспективи монетизації 24

2.2.3 Особливості структури 25

Висновки 27

Список використаної літератури та джерел 29

Додатки 31

**ВСТУП**

З розвитком інформаційних технологій та поширенням мережевої комунікації люди почали шукати нові методи, щоб зробити життя простішим і комфортнішим. Це стосується й моделей навчання, адже традиційні інколи вичерпують себе й не можуть дати бажаного результату. Технології оновлюються з такою швидкістю, що ЗВО не встигають оновлювати свої навчальні програми.

Споживачі інформації стали, як ніколи, вибагливими. Зараз нікого не здивуєш звичайною лекцією, мозковим штурмом в аудиторії, презентаціями, що супроводжують доповідь, стандартним навчальним відеороликом. І не важливо, наскільки якісно написаний матеріал, багато залежить від його подачі, методики викладання, охоплення ним актуальних для аудиторії тем. З кожним днем з’являється все більше нових освітніх онлайн-платформ, які ведуть жорстоку боротьбу за увагу інтернет-користувачів. Великої популярності серед світової аудиторії набули електронні посібники.

Окремий інтерес становить поширення повноцінних відомостей про журналістику як професію та ідеологію серед української аудиторії, розширення знань про неї за допомогою вебдовідників, до яких численна кількість споживачів звертається за актуальною та структурованою інформацією, логічно викладеною та зручною сучасному інтернет-користувачу, ефективність такого методу викладення матеріалу й можливості застосування в системі навчання, зокрема в процесі медіаосвіти.

**Актуальність** розробки медійного проєкту полягає в розгляді ситуації необізнаності української аудиторії в сучасному стані журналістики. Як не дивно, на сьогодні журналістика — одне з не вивчених людством середовище, про яке й досі є багато міфів, оман, навіть пліток. Інформація про неї відрізняється від одного вебсайту до іншого, залежно від авторів публікацій. Бракує єдиного джерела, яке надавало б користувачам найбільш об’єктивну інформацію про вимоги та цінності професії, що викладена цікаво, структуровано, лаконічно, зрозуміло людині, яка не стикалася з цією галуззю раніше. Саме тому зацікавлені в навчанні люди не мають чіткого уявлення про журналістику, її ідеологію та головні складнощі фахівців, трансформації в сучасному медіапросторі. Отже, ми вважаємо, що сьогодні є нагальна потреба створити для цього окремий вебдовідник на міжнародній хмарній платформі для створення й розвитку власних інтернет-проєктів WIX.

**Мета** роботи полягає у всебічному дослідженні журналістики, її стандартів роботи й головних цінностей професії, мотивувати подальше поширення інформації про журналістику як ідеологію та видатних її діячів, короткому аналізі журналістики в сучасному медіапросторі та створенні гіперпокликань для подальшого вивчення професії та її сучасного стану.

Поставлена мета передбачає виконання таких **завдань**:

1) Здійснити огляд теоретичної бази й останніх досліджень із теми роботи.

2) Створити свій медійний проєкт — вебдовідник на міжнародному хмарному сервісі WIX.

3) Описати проєкт і вписати його в конкурентне середовище.

*Об’єктом дослідження* є вебдовідник «Путівник | Журналістика» на міжнародній платформі для створення й розвитку інтернет-проєктів WIX.

*Предмет наукової розвідки* – особливості створення та функціонування вебдовідників для журналістів.

**Методи дослідженя.**Під час створення вебдовідника на міжнародному хмарному сервісі WIX були використані методи: компаративного аналізу, спостереження, системний підхід та узагальнення.

**Огляд останніх досліджень та публікацій** з теми роботи окреслюють специфіку створення електронних посібників, зокрема в системі медіаосвіти та медіаграмотності, їх особливості, популярність серед аудиторії, переваги серед інших способів розширення знань, характерні ефекти використання та види структурної побудови, що необхідно знати й враховувати під час розгляду представленого медіапроєкту. Теоретичним підґрунтям даного проєкту стали праці І. Макух-Федоркової [1], В. Іванова, О. Федорова, О. Волошенюк, Г. Почєпцова [2], М. Коропатника [3], О. Мальцевої [4], А. Чулкова [5], О. Кирилової, С. Москаленко [6], С. Симакової, А. Енбаєвої, Т. Ісакової [7].

**Структура роботи.** Логіка дипломної роботи та представлення медійного проєкту зумовила структуру роботи: вступ, два розділи, висновки, додаток, список використаних джерел із п’ятнадцяти найменувань. Загальний обсяг – 38 сторінок.

Перший розділ, який має назву «Специфіка реалізації медіаосвітніх проєктів», присвячено розгляду історії визначення поняття, формування й сучасного стану медіаосвіти з точок зору різних медіапедагогів, медіапсихологів, теоретиків із комунікацій, необхідності її вивчення упродовж усього життя, починаючи з дошкільних навчальних закладів, загострення актуальності через події останнього десятиліття (пандемія коронавірусу, гібридна війна, а згодом і повномасштабне вторгнення Росії в Україну), формати впровадження в Україні та приклади ефективних ресурсів такої тематики.

У другому розділі – «Вебдовідник «Путівник | Журналістика» як елемент освітнього процесу» – аналіз вебдовідника як навчального формату для здобуття повної освіти або додаткових відомостей у сучасному медіапросторі, характеристики медійного проєкту «Путівник | Журналістика» на міжнародній хмарній платформі WIX як інструменту для поширення лаконічної, правдивої й актуальної інформації про журналістику, її сьогоднішній стан і перетворення під впливом останніх років; його структури, цільової аудиторії, перспектив монетизації.

**РОЗДІЛ 1  
Специфіка реалізації медіаосвітніх проєктів**

Згідно з концепцію Національної академії педагогічних наук України медіаосвіта – це комплекс заходів в освітньому процесі, що полягає у підготовці споживачів до ефективного та безпечного спілкування з усіма видами медіа, формуванні медіакультури. Головним завданням медіаосвіти є сприяння в утворенні медіаімунітету, що допомагає тримати психологічну рівновагу під час споживання медіапродукції, яка часто буває агресивною, обирати потрібну й достовірну інформацію, оминаючи інфодемію, передбачати вплив отриманої інформації, оцінювати її зміст, форму, правильно тлумачити з урахуванням мови обраного ЗМІ.

Невід’ємним від медіаосвіти є поняття медіаграмотності. Інколи їхні дефініції ототожнюють, але, за концепцією НАПН, медіаграмотність – це рівень медіакультури, що характеризує ступінь володіння інформаційно-комунікативною технікою, вміння спілкування й самовираження за допомогою медіазасобів, критичного та обізнаного ставлення до отриманої інформації, тобто розуміння реальності, сконструйованої медіаджерелами, та їхнього контролю над свідомістю.

Медіаграмотність допомагає користувачу корисно для себе та своїх цілей використовувати можливості телебачення, радіо, відео, кінематографа, преси, інтернету. Медіаграмотна людина орудує розвинутими здібностями до сприйняття, аналізу, оцінювання та створення медіатекстів, до розуміння соціокультурного й політичного контексту функціонування медіа в сучасному світі [1].

Лен Мастерман, найстаріший діяч британської медіаосвіти, автор багатьох книг та статей із медіапедагогіки та теорії медіакультури, виділив та обґрунтував сім причин актуальності медіаосвіти.

1. Високий рівень використання мас-медіа та їхніх продуктів споживачами.

2. Колосальний ідеологічний вплив медіа на свідомість аудиторії.

3. Посилення механізмів зростання та розповсюдження медіаінформації.

4. Активне проникнення медіа в основні демократичні процеси.

5. Збільшення значущості візуальної комунікації.

6. Необхідність дотримання сучасних вимог у навчанні школярів і студентів.

7. Прискорення процесів приватизації інформації на різних рівнях.

Також до цих причин можна додати ще зниження загального рівня медійної продукції, що спричиняє необхідність в освітніх технологіях у галузі мас-медіа.

**1.1 Особливості наукового осмислення категорії «медіаосвіта»**

Інформаційна революція зробила наше усвідомлення світу значною мірою залежним від того, як його представляють медіа. На жаль, медіа не збільшили через це свою відповідальність: матеріали часто не перевіряються належним чином, містять елементи маніпуляцій та підтасування. Тож у цих умовах медіаосвіта стає зброєю та шляхом до самозахисту від неякісної медіаінформації.

Не дивлячись на те, що дефініція поняття «медіаосвіти» остаточно не визначена, вона вже має досить велику історію, що починається з 1959 року, коли М. МакЛюен розробив першу навчальну програму з медіаосвіти.

Значний внесок у розвиток медіаосвіти зробила ЮНЕСКО. Уперше вона використала термін «медіаосвіта» у 1973 році на спільному засіданні інформаційного сектору ЮНЕСКО та Міжнародного комітету з кіно, телебачення та аудіовізуальної комунікації.

ЮНЕСКО пройшла чотири етапи формалізації концепції медіаосвіти.

1. Грюнвальдська декларація 1982 року: виокремлено галузь медіаграмотності, щоб зосередитися на впливі ЗМІ на освіту.

2. Тулузька конференція 1990 року: систематизація та більш точне визначення галузі.

3. Віденська конференція 1999 року: представлено новий погляд на медіаосвіту в контексті технічного прогресу й нової ери комунікації, викликаної використанням цифрових технологій.

4. Семінар ЮНЕСКО в Севільї 2002 року: переглянуто визначення Віденської конференції. Семінар підкреслив необхідність активного просування програм у п’яти сферах: дослідження, навчання, співпраця між школами, ЗМІ, приватним сектором та громадськими установами, консолідація та просування державного сектору, а також співпраця останнього зі ЗМІ [2].

Після проголошення незалежності України в першій половині 1990-х років медіаосвіті на офіційному рівні не приділялось особливої уваги через труднощі державотворення. Головним завданням медіаосвіти того часу було підготувати нове покоління до життя в сучасних інформаційних умовах, навчити людину розуміти їх, усвідомлювати наслідки впливу на психіку, оволодіти методами спілкування на основі невербальних форм комунікації за допомогою технічних засобів.

Водночас відомі українські теоретики комунікацій, медіа та медіаосвіти з’явились саме в перші роки незалежності. Г. Г. Почєпцов проаналізував і розробив у своїй фундаментальній монографії теорії медіа та впливу інформації. Г. В. Онкович запропонувала теоретичний підхід до розвитку медіаосвіти на основі преси. Представник львівської школи медіаосвіти - Б. В. Потятинник - визначає медіаосвіту як напрям наукової та освітньої діяльності, спрямованої на надання допомоги індивідуумам у розвитку психологічного захисту від маніпулювання чи експлуатації ЗМІ, розвитку, прищеплення інформаційної культури. Вагомо претендує на роль іншого медіатеоретика — В. Ф. Іванов, який опублікував серію монографій та підручників із питань проблем масової комунікації, журналістики та медіаосвіти. Його роботи містять детальний аналіз історичних та сучасних тенденцій розвитку медіанауки, включаючи теоретичні концепції, моделі, проблеми інформаційного суспільства та глобалізації.

З початку XXI ст. розвиток теоретичних засад медіаосвіти почав пришвидшуватися. Львівський інститут екології ЗМІ робить ставку на розробку «попереджувальних» та «захисних» методів, до яких спонукав негативний вплив медіа. У монографії «Медіа: ключі до розуміння» Б. В. Потятинника представлено найповніше уявлення Львівської школи наук. Зокрема, увагу придідиди не лише теоріям медіа, але і проблемі насильства у ЗМІ та його впливу на неповнолітніх.

Київська група медіапедагогів з Української академії педагогічних наук на чолі з професором Г. В. Онкович акцентує увагу на проблемі медіадидактики — сукупності «впорядкованих знань, принципів, умінь, методів і форм для організації освітніх процесів на матеріалі засобів масової комунікації під час інтеграції медіапедагогіки з іншими дисциплінами».

Л. А. Найдьонова, завідувачка лабораторії психології масової комунікації Інституту соціальної та політичної психології Української академії педагогічних наук, розробила модель медіакультури, що складається із чотирьох взаємопов’язаних модулів:

· «реакція» (пошук інформації, її читання/ сканування, ідентифікація/розпізнавання медіатекстів);

· «актуалізація» (засвоєння, інтеграція нових знань, пов’язаних із медіа);

· «генерація» (інкубація, креативна передача, перетворення медіазнань та навичок);

«використання» (передача інформації, інновації, дослідження в медіасфері) [3].

У 2007 році ЮНЕСКО прийняла Паризьку програму з 12 рекомендаціями щодо медіаосвіти, зосібна: інтегрувати медіаосвіту на початковому етапі підготовки вчителів, розробити ефективні методи навчання, мобілізувати всі зацікавлені в освіті та соціальній сфері сторони, а також запровадити довічну медіаосвіту [2].

У 2008 році Європарламент ухвалив резолюцію про обов’язкову медіаосвіту для школярів та педагогів у Європейському Союзі. Через два роки, у 2010 році, у відповідь на цю постанову Україна прийняла Концепцію впровадження медіаосвіти, згідно з якою з 2017 року взяв початок практичний етап навчання медіаграмотності, розпочавшись у дошкільних навчальних закладах.

Актуальність медіаосвіти зросла після Революції Гідності 2013–2014 рр. і загострення «гібридної війни» Росії проти України, що разом із бойовими діями призвела до загострення дезінформаційної, психологічної та пропагандистської боротьби. В умовах пропагандистського тиску російських ЗМІ за геббельсівським «правилом спрощення» українські ЗМІ не були готові до належної реакції. До того ж самі потрапили в поле державної інформації, що змусило їх свідомо чи несвідомо спотворювати факти і утримувати споживачів медіа у фіктивному світі віртуальної реальності, ретранслюючи, без перевірки їхньої вірогідності, численні повідомлення з пресслужб АТО та РНБО. Тому на українському ґрунті підтвердилася справедливість крилатого вислову західних журналістів: «Правда на війні гине першою». Це призвело до катастрофічного обвалу рівня довіри до національних ЗМІ.

Реакція української влади на російську пропаганду була не дуже вдалою, оскільки ґрунтувалася на політиці заборон і давала нові козирі для російських пропагандистів на Заході, а також у роботі з населенням окупованих територій. Міністерство інформаційної політики, що почало свою роботу 2 грудня 2014 року, не показало очікуваної ефективності ні в боротьбі з російською пропагандою, ні у формуванні цілісної комунікативної політики уряду, яка вкрай важлива у воєнний час. Чиновники почали замінювати концепцію інформаційної політики на контрпропаганду чи піар влади. Але ні контрпропаганда, ні піар влади не допомагають у вирішенні завдань, що постали сьогодні перед Україною.

Альтернативою заборонам та безсистемній антипропагандистській політиці є: добудова системи суспільного мовлення; запровадження навчання медіаграмотності в закладах освіти (школах, вишах та місцях післядипломної освіти) як державних, так і приватних, розглядаючи її як процес особистісної соціалізації; підтримання українських інформаційних надбань (кіно, телепрограм, книг тощо); створення нової комунікаційної стратегії влади, обов’язковими складниками якої мають бути спілкування із населенням (диференційовані методи комунікації для різних груп, різних регіонів), неконфліктний діалог всередині влади та комунікація із зовнішнім світом [3].

Є три поширені способи впровадження медіаосвіти в навчальний процес: інтегрований (через традиційні предмети); факультативний (створення мережі гуртків, секцій, клубів); спеціальний (створення спецкурсів).

Однією з форм конвергенції медіаосвіти є запровадження медіакурсів. Популярними є створення мінісценаріїв для телебачення або кінематографу, аудиторні лекції, рольові ігри за різними медіаматеріалами. Встановлено, що організацію медіацентрів, медіаклубів, кіноклубів, фотолабораторій та їх діяльності можна розглядати як інноваційні підходи до поширення медіаграмотності [4].

Медіаосвіта в Україні проходить у таких варіаціях:

- шкільна медіаосвіта (використання медіапедагогіки в межах наявних предметів),

- позашкільна медіаосвіта (діяльність громадських організацій, сімейна медіаосвіта),

- батьківська медіаосвіта (діяльність державних організацій свідомого батьківства, центрів співпраці із сім’ями),

- медіаосвіта у вишах (предметна професійна медіаосвіта),

- медіаосвіта дорослих (діяльність благодійних фондів, державних проєктів),

- медіаосвіта через ЗМІ (навчальні, інформаційно-аналітичні, інформаційно-розважальні програми та медіапроєкти).

Дошкільна медіаосвіта принципово інтегрована і спрямована на збалансування естетичного та інтелектуального розвитку особистості дитини (включно з усіма формами інтелекту, зокрема емоційний, соціальний і практичний), забезпечуючи захист від агресивного медіасередовища (у тому числі від інформаційного «сміття», невідповідних віковим можливостям психіки дитини інформаційних впливів, зокрема продукти з елементами насильства, жахів, еротики), здатність орієнтуватись, вибирати і використовувати відповідні віку медіапродукти.

Шкільна медіаосвіта включає інтегровану медіаосвіту (з використанням медіапедагогіки в межах наявних предметів), спеціальні навчальні курси, факультативи, гуртки, студії та інші форми позакласної роботи. Ця форма медіаосвіти переважно спрямована на формування критичного мислення та комунікативних медіанавичок. Вагомий внесок можуть робити шкільні бібліотеки як сучасні комп’ютеризовані центри, концентруючи інформаційно-дослідницьку діяльність учнів.

Медіаосвіта позашкільна спрямована на розвиток способів творчого самовираження особистості, має супроводжувати шкільну медіаосвіту, підсилювати її ефект. Базується, в основному, на діяльності позашкільних навчальних закладів, публічних (зокрема спеціалізованих дитячих) бібліотек, громадських організацій на волонтерських і комерційних засадах; охоплює батьківську, сімейну медіаосвіту, використовується в межах психотерапії та психологічних консультацій.

Медіаосвіта у вищій школі – це навчання майбутніх фахівців як для мас-медіа, так і медіапедагогів та медіапсихологів. Крім того, елементи медіаосвіти мають бути належним чином включені в навчальний план циклу професійно орієнтованої гуманітарної підготовки з інших спеціальностей у відповідних їм обсягах (дисциплінарна професійна медіаосвіта).

Батьківська медіаосвіта забезпечує ефективність медіаосвіти сім’ї як домінуючого фактора та соціального контексту для соціалізації з раннього дитинства; здатність захистити дитину малого віку від негативного впливу на її розвиток. Має бути частиною загальної системи медіаосвіти, зокрема включатися до психологічних підрозділів для підготовки фахівців у різних галузях вищої освіти, державних шкіл свідомого батьківства, діяльності бібліотек, соціальних служб і центрів роботи із сім’ями тощо.

Медіаосвіта дорослих — це форма безперервної освіти, ґрунтується на сучасних інформаційно-комунікаційних технологій та новітніх медіа; забезпечує вирівнювання досвіду поколінь (у тому числі старшого покоління, соціалізація якого відбувалася в умовах іншої медіасистеми), постійний розвиток особистості та підвищення кваліфікації. Медіаосвіта дорослих є необхідною складовою інформаційної безпеки держави в умовах зовнішньої інформаційної агресії і пропаганди, допомагає підвищити стійкість населення до шкідливих медіаінформаційних впливів.

Медіаосвіта через засоби масової інформації (неформальна медіаосвіта) є основною формою стихійної медіаосвіти для дітей і дорослих, яка, однак, за відповідних зусиль може набувати ознак цілеспрямованості та конструктивності. Цілеспрямована медіаосвіта через ЗМІ забезпечується освітніми, інформаційно-аналітичними, інформаційно-розважальними програмами та медіапроєктами, вимагає залучення професійних медіапедагогів і медіапсихологів до виробництва та перевірки якості медіапродукту, потребує значного підвищення якості освітньої медіапродукції [5].

З появою інтернету технології навчання вийшли на новий етап свого розвитку. Вони створили принципово нові можливості доступу й накопичення будь-якої соціальної, педагогічної та іншої інформації.

На жаль, як показала пандемія COVID-19 у 2020 році, неочікувано загостривши аспекти диджитальної комунікації освітнього простору у світових масштабах, національні освітні системи не готові до повного переходу в цифровий режим ні технічно, ні матеріально, ні морально. Для багатьох країн проблемою стало навіть банальне постійне та якісне спілкування учня з викладачем. Усі ті, хто бере участь у процесі навчання (педагоги, учні, їхні родини, менеджери, що керують процесом, розробники методичних матеріалів тощо) щоденно зіштовхувались із низкою перешкод: нестача часу для опанування сучасних технологій та складнощі, пов’язані з їхнім використанням, необхідність зміни навчальних програм на цифрові задля забезпечення доступу до них усіма учасниками з будь-яких куточків планети, критична нестача технологічного ресурсу. Тож ефективна дистанційна освіта сьогодні є вимогою часу й потребує додаткових напрацювань із боку технопедагогіки [6].

Але з кожним днем стають більш популярними освітні онлайн-ресурси, створені як науковцями, так і аматорами, які ставлять своєю метою підвищення інтелектуального й комунікаційного розвитку особистості. Вони поступово розширюють свої сфери впливу на аудиторію та й далі вдосконалюють форми подачі інформації.

Якщо раніше професійні навички можна було здобувати тільки за гроші й особисто спілкуючись із викладачем, то тепер усі охочі протягом усього життя можуть навчитися чого завгодно абсолютно безплатно з будь-якого куточка планети, адже можна знайти сотні ресурсів на будь-яку тематику.

**1.2 Ефективні медіаосвітні онлайнові ресурси**

Платформи для поширення ідей медіаосвіти не є винятком. Прикладом може слугувати мультимедійний онлайн-посібник від «Детектор медіа» — «МедіаДрайвер», створений у 2017 році після загострення актуальності критичного сприйняття суспільством інформації під час Революції Гідності у 2013 році. Адже інформаційна свідомість громадян безпосередньо впливає на їхню особисту безпеку та всієї країни загалом.

Аудиторія ресурсу визначена підлітковим віком, але він точно стане в пригоді й дорослим. Адже посібник розкриває куліси світу медіа: у чому його переваги, а де небезпеки; як використовувати цей світ на свою користь у повсякденному житті, роботі; підвищує рівень критичного мислення та оцінювання медіатекстів, стійкість до фейків і маніпуляцій. Посібник містить не тільки текстову інформацію, а й відеоуроки, мультфільми, схеми та інфографіки, елементи гейміфікації та тестові завдання для перевірки рівня засвоєння вивченого матеріалу. Наприкінці кожен має змогу здобути «Посвідчення медіадрайвера», як водій, що вправно орієнтується у всіх дорогах, куди можуть призвести медіа.

Проєкт розроблений у стилі медіаміста, якого автори дотримуються у всіх елементах: локаціях, підказках, пін-іконках. Загалом посібник містить 16 мультимедійних тематичних розділів.

Матеріали, представлені на сайті, розглядаються сучасними інтернет-споживачами як надійне джерело інформації, бо вони створені 16 журналістами, експертами своєї справи, що бачили світ медіа наскрізь і безпосередньо приймають у його розвитку активну участь.

Доступ до всіх матеріалів ресурсу мають усі, у кого є інтернет-з’єднання, до того ж він безоплатний. Для користування посібником не обов’язково бути просунутим користувачем ПК. Сайт «за руку» проводить кожного між підрозділами, тематичними блоками, від завдання до завдання.

Не можна не звернути увагу на онлайн-курс із медіаграмотності «Very Verified», розроблений міжнародною організацією IREX спільно зі студією онлайн-освіти EdEra.

Автори курсу порівнюють його з ранковою кавою: медіаграмотність має стати для кожного споживача інформації таким щоденним ритуалом. У цьому ж стилі зроблені й навчальні формати довідника: еспресо, капучино, кава з круасаном, десерт. Звідси можна зробити висновок про різноманітність представлених у посібнику медійних матеріалів: статті, відео, зображення, інтерв’ю, інфографіки, інтерактивні задання й тести. Ці навчальні формати містяться в кожному розділі. Також останні мають покликання на джерела, звідки було взято інформацію, або ж для отримання повної чи додаткової.

Для проходження курсу попередні знання не потрібні. Усього він містить 6 розділів. У кожному розділі надається все необхідне для його проходження: дефініції термінів, витяги з історії, статистики минулих років, вправи для закріплення вивченого, практичні завдання для вміння використовувати опрацьовану теорію в реальному житті. Навчання доступне англійською та українською мовами.

Учасники мають змогу визначати й аналізувати власний медіапростір, медіатексти відповідно до журналістських стандартів, відділяти факти від суджень, розпізнавали різні типи медіаконтенту та їхні цільові аудиторії. Ідентифікувати маніпуляції з заголовками, експертами, соціологією. З’ясувати, як впливають на пошук і сприйняття інформації підтверджувальні та селективні упередження медіаспоживача, що таке алгоритми персоналізації, та чому кожен учасник соціальних мереж живе у власній Filterbubble тощо. Великою перевагою курсу є орієнтованість на сучасні приклади, узяті з життя діячів, «творців» контенту України та новинних стрічок. Усе це виглядає, ніби програма окремої спеціальності у виші, розрахована на декілька років. Орієнтовний час на проходження курсу «Very Verified» — 9 годин.

Аудиторія довідника становить усіх інтернет-споживачів, адже він містить базовий інструментарій із медіаграмотності, який стане в пригоді щодня, з огляду на кількість маніпуляцій і фейків, що постійно стають витонченішими.

Після успішного проходження курсу кожен охочий може отримати відповідний сертифікат обсягом 0.2 кредиту ЄКТС.

Проаналізувавши якісні приклади вебдовідників від українських творців, основою власного проєкту беремо мультимедійність продукту та покликання на корисні джерела інформації.

Покликання на вебсторінки з більш детальною чи додатковою інформацією допомагають розширити цільову аудиторію продукту. Адже він буде зручним у користуванні тим споживачам, що живуть у прискореному темпі життя. Знання, що містять подібні проєкти, доцільні кожному, але не завжди є достатня кількість часу та концентрації уваги для опрацювань великого нагромадження інформації. Тож комусь вистачить вивчити головне для комфортного існування в щоденному інформаційному колі, а ті, кого цікавлять ґрунтовніші знання, також можуть їх здобути.

Мультимедіа допомагають розбити медіатекст на семантичні блоки, зробити матеріал структурованим, позбутися монотонності, урізноманітнити інформацію, зробити її подачу більш ефектною й насиченішою, полегшити сприйняття (наприклад, представляючи метадані у форматі інфографіки, яскраво представляючи повсякденне й буденне або візуалізуючи те, що у суті візуальним не є, як абстракції тощо).

Сучасна людина — візуал, а кількість альтернативних комунікаційних можливостей настільки велика (кіно, телебачення, радіо, інтернет тощо), що легше припинити читати на півдорозі складний текст, ніж дочитувати далі. Зберегти його увагу може лише «перепакування» частини текстової інформації у візуальну або аудіовізуальну.

Власне, у такому «перепакуванні» й полягає мистецтво створення мультимедіа. Мультимедіа, отже, покращують ефективність (дієвість) інформації, її комунікативний ефект і допомагають краще засвоювати та розуміти матеріал. Крім того, споживачі, які вивчають мультимедійні повідомлення, отримують доступ до низки нових можливостей, опосередкованих інтерактивністю мультимедійної комунікації. Встановлюючи свої власні маршрути «читання», користувачі виводять залученість, активність та інтерес на новий рівень, фактично організовуючи свою композицію, знаходячи межі особистісного виміру історії, виступаючи частково як співавтор матеріалу.

Можна сказати, що мультимедійність є органічною для людського сприйняття і свідомості, які також є мультимедійними, завдяки здатності аналізувати текст, графіку, анімацію та аудіоінформацію. Звідси давнє бажання наших предків багатоканального зв’язку.  Адже якщо під час сприйняття інформації задіяна велика кількість органів чуття (слух, зір, дотик, нюх тощо), повідомлення сприймається легше та успішніше.

Текст + ілюстрація, звук + пластика — усі ці найпростіші мультимедійні формати були задовго до появи інтернету. Проте лише з розвитком техніки, комп’ютерних технологій, появою глобальної мережі з’явилась можливість інтеграції в єдиному технологічному середовищі багатьох медіаформатів, а мультимедійність була розглянута на абсолютно новому рівні [7].

**РОЗДІЛ 2**

**Вебдовідник «Путівник | Журналістика» як елемент освітнього процесу**

**2.1 Вебдовідник: специфіка формату**

Вебдовідник «Путівник | Журналістика», створений і розміщений на міжнародній платформі WIX, — проєкт розширення відомостей про журналістику як ідеологію та майбутню професію. Кожна людина впродовж свого життя шукає справу та ідеї, які будуть надихати, змінювати її життя й навколишній світ на краще, завдяки яким вона може реалізуватися, знайти своє «я». Саме тому люди звертаються до посібників, які в наш час зростання технологій найшвидше й найзручніше знайти в інтернеті. Вебдовідники не тільки розширюють кругозір і надають відповідь на питання, а й допомагають знайти власні цінності, життєвий напрям. Однак, стосовно журналістики, цей процес супроводжує проблема браку україномовного джерела інформації, де б містилися засади професії, викладені в зручній лаконічній формі.

Сучасне суспільство не стоїть на місці. Тепер, щоби отримати відповідь на будь-яке питання, освоїти новий вид діяльності, постійно розвиватись і зростати, краще розуміти себе й навколишній світ, необов’язково вступати до ЗВО. Зараз задля розширення кола своїх можливостей достатньо знайти добрий вебдовідник.

Вебдовідник — це різновид навчального видання, який містить упорядковані стислі узагальнені знання з певної галузі або професії, призначений для автоматизованого навчання. Як і паперові посібники, він охоплює повний або частковий обсяг обраної теми, але має низку переваг:

1. зручність у використанні;

2. швидкий доступ із будь-якої точки світу за наявністю інтернет-зв’язку;

3. можливість розміщувати мультимедійну інформацію;

4. наявність підрозділів та пошуку за ключовими словами для прискореного знаходження відповіді на своє питання.

Сьогодні є безліч сервісів такого типу, що відрізняються тематикою, інтерфейсом та можливостями, проте всі вони легкі у використанні. Ними можна користуватися для реклами своїх послуг, підготовці до лекцій та семінарів, самостійного навчання. Безсумнівно, що пріоритетним напрямом використання вебдовідників є просвітницька діяльність, що пояснює обраний формат і стиль написання.

Прикладом сучасного вебдовідника є «Verification Handbook. For Disinformation And Media Manipulation», створений провідними журналістами з BBC, Storyful, ABC, Digital First Media та іншими експертами з верифікації. З огляду на надзвичайні події останніх років та хаос інформаційного простору, сповненого маніпуляціями, фейками, що за допомогою високого рівня паніки й метушні діють набагато легше і швидше, видання посібника на таку тему актуальне, як ніколи. Він надає працівникам ЗМІ поради, вказівки, алгоритми та інструменти щодо поведінки з контентом про надзвичайні ситуації від користувачів. Довідник занурює журналіста у форми дезінформації, методи маніпулювання, проводить усіма етапами перевірки отриманого повідомлення: викриття ботів, аналіз облікових записів у соціальних мережах, розслідування інформаційних операцій тощо. Видання створене для працівників ЗМІ, що прагнуть удосконалити свої навички стримування та розкриття дезінформації для покращення якості інформації у світі.

Вебдовідник міститься у вільному доступі, він є безоплатним для кожного користувача, навіть якщо останній не є працівником редакції. Представлений у декількох форматах: для завантаження та перегляду онлайн. Паперову версію можна придбати. Посібник уже доступний 9 мовами, у тому числі українською. Для зручного використання на початку наданий перелік розділів і підрозділів із розрахованим часом на прочитання. Довідник містить графіки, таблиці, фотографії, скриншоти з прикладами, покликання на реальні новинні статті, відеоматеріали, що робить його вивчення більш автоматизованим і цікавим. Значною перевагою є те, що для створення були залучені провідні репортери та науковці, які багато років на практиці стикаються та працюють з описаним у посібнику, що викликає до нього ставлення аудиторії як до надійного джерела інформації. Попри те, що вебдовідник містить інформацію наукового характеру, він написаний зрозуміло та лаконічно, що збільшує його аудиторію споживачів.

Не можна не згадати яскравий приклад з українського просвітницького інформаційного простору: «Інтернет-медіа: інтерактивний навчальний посібник для курсу «Підтримка сайту» від вітчизняного журналіста, письменника, науковця Артема Захарченко.

Вебдовідник був розроблений задля формування необхідних знань та звичок редакторів інтернет-ЗМІ в студентів відділення «Видавнича справа та редагування». Містить 21 розділ, вступне й завершальне слова, список літератури й цитат, фінальний розділ «Про автора». На початку кожного розділу містяться декілька питань, на які надалі буде надана відповідь, та ключових слів, що часто будуть траплятись. Це робить видання більш зручним для використання в навчанні студентів: є змога створювати свій професійний словник, лаконічні конспекти, уся потрібна інформація наявна в одному місці. Посібник перебуває у вільному доступі, але для перегляду потрібна реєстрація. Можна читати онлайн на сайті або завантажувати. Останнє радить сам автор, тому що в онлайн-версії інтерактивні елементи відтворюються в спотвореному вигляді.

Автор створив не просто посібник, а невелику спільноту з користувачами. Завдяки наявності інформації про життя та професійну діяльність самого Артема, він стає ближчий читачеві, що створює умови для більш позитивного реагування на проєкт. Опрацьовуючи довідник, є враження розмови з автором. Текст написаний зрозуміло й доступно, присутні медіаелементи, схеми, графіки, сучасні приклади. Наприкінці надається електронна пошта для зворотного зв’язку, коментарів, зауважень. Сам автор наполягає на співучасті споживача в редакції довідника для створення дійсно корисного, зручного й актуального продукту, необхідного сучасній аудиторії.

**2.2 Загальна характеристика   
вебдовідника «Путівник | Журналістика»**

Представлений у даній кваліфікаційній роботі вебдовідник «Путівник | Журналістика» прагне допомогти україномовній аудиторії в розв’язані питань щодо стандартів роботи й головних цінностей професії, мотивувати подальше поширення інформації про журналістику як ідеологію та видатних її діячів, у який спосіб працює та кому підпорядковується одна з найдревніших і актуальна у всі часи спеціальність.

**2.2.1 Технологічна база**

Для виконання цього медіапроєкту був обраний формат вебдовідника на міжнародній платформі WIX. Широке тематичне охоплення дизайнів для всіх категорій користувачів (ведення свого блогу, бізнесу тощо) та оперативне оновлення інструментів для розвитку привертають увагу та збільшують популярність сайту.

Головною ідеєю міжнародного хмарного сервісу WIX є створення та розвиток інтернет-проєктів і їхніх мобільних версій за допомогою інструментів drag-and-drop. Доступ до платформи має кожен з інтернет-користувачів, до того ж він безплатний.

Для зручного користування та допомоги початківцям, які не мають належної освіти для програмування та верстки, на сервісі є спеціальний конструктор, проте дотримуватися якихось усталених норм розмітки необов’язково. Конструктор містить понад 500 шаблонів із різними налаштуваннями та унікальним дизайном. Останній можна змінити та підлаштувати за вимогами свого проєкту. WIX також дає змогу підключити необхідні додаткові інструменти задля прискореної популяризації вашої сторінки: створення логотипу, ведення записів, отримання доменного імені, використання SEO. Хоча основним завданням вебдовідників є, насамперед, інформаційно багатий, лаконічний і неупереджений зміст, але про оформлення також не треба забувати. Контент мусить бути зрозумілим усім і кожному. Ми живемо в суспільстві, що звикло до мультимедійного, зручного та естетично оформленого наповнення вебсторінок. З кожним днем воно стає все вибагливішим, бо з’являються нові платформи, ідеї та способи реалізації свого інформаційного продукту. У користувача не повинно залишатися питань після перегляду посібника. Він приходить, щоби знайти відповіді, а не для того, щоби діставати нові питання. Матеріал із якісним змістом, ще й із чітким, правильним оформленням буде користуватися більшою популярністю й мати можливість стати своєрідною рекламою професії.

**2.2.2 Аудиторія та перспективи монетизації**

Цей проєкт не є комерційним продуктом, однак за потреби він може бути монетизований через участь у SEO-діяльності та надання доступу до контенту тільки передплатникам, додання рекламних банерів.

Вебдовідник «Путівник | Журналістика» орієнтований на молодь і людей середнього віку, аудиторію віком 17–50 років. Цей сектор складає найбільший відсоток інтернет-користувачів взагалі й особисто споживачів посібників. Саме підлітки та люди зрілого віку зацікавлені в навчанні чи його продовженні та розвитку особистості у всіх напрямах. Першим треба розвивати якісну мовленнєву комунікацію та поширювати кругозір для конкурентоспроможності під час працевлаштування в майбутньому. Останнім — задля отримання нової чи додаткової справи свого життя або ж підтримання кваліфікації, зменшення ризику звільнення з робочого місця. Адже з розвитком технологій навчання зростає боротьба за місце (як у закладах освіти, так і в місцях працевлаштування), люди, які хоч трохи відстають у знаннях, поповнюють низку безробітних, натомість пенсійний вік зростає кожного року. Також всесторонньо освічена людина має шанс на роботу за кордоном, що сприймається престижним у нашому суспільстві та має таку ж престижну оплату.

**2.2.3 Особливості структури**

Обрана аудиторія зумовила й сам формат подачі матеріалу, адже люди працездатного віку — це найактивніша соціальна група. Ритм життя сучасної працюючої людини (для отримання знань чи грошової винагороди) вимагає, щоб уся необхідна інформація була логічно та лаконічно викладена, структурована, об’єктивна. Вирізнялася з-поміж безлічі статей у мережі своїми формою, оригінальністю. Надавалася від людини, безпосередньо знаючої, про що йдеться мова, що бачила описане із середини. Була пристосована до використання з будь-якого пристрою. Мала можливість швидкого перемикання між підрозділами та статтями для отримання більш повної інформації. Тому формат вебдовідника на міжнародній платформі — одна з найкращих форм подачі тексту, яка зможе задовольнити інформаційні потреби своїх споживачів у короткий проміжок часу.

Також треба розуміти, що користувачу в посібнику потрібна не якась конкретна стаття, а відповідь на його читацьке питання. Повна відповідь на поставлене запитання — це чималий текст, який у дійсності являє собою результат витягів із безлічі реальних статей глобальної мережі інтернет. Зазвичай читач бере певну статтю й або повністю задовольняється її змістом, або переходить до інших статей, посилання до яких вказані в основній статті. Правильне оформлення матеріалу у вебдовіднику передбачає, що стаття, пов’язана з заданою, анонсується в основній статті у вигляді невеликого абзацу, який вказує на повний варіант згаданої публікації. В ідеальному варіанті, споживач мусить мати можливість послідовно розкривати все нові подробиці, формуючи єдиний текст, повноцінну відповідь на своє запитання. До того ж найкращий результат роботи читача з посібником — це автоматичне формування власної «книги», що містить комбінацію безлічі різних статей, пов’язаних спільною темою, яка визначається запитом користувача.

Уся інформація, викладена у вебдовіднику «Путівник | Журналістика», базується на основі особистих міркувань та уривках з особистого життя та професійної діяльності реальних людей і містить покликання на власників.

Посилання на проєкт:

<https://katyapower18.wixsite.com/journalism-guide>

Скрини проєкту наведено в додатку А.

**ВИСНОВКИ**

У процесі аналізу вебдовідників як актуального способу подачі інформації, дослідження їхньої структури, змістовної різноманітності, стилістичного оформлення, переваги використання, правил написання матеріалів та можливостей застосування в системі навчального процесу й поширення кругозору, було розроблено й реалізовано авторський медійний проєкт «Путівник | Журналістика» на міжнародному хмарному сервісі для створення й розвитку власних інтернет-проєктів WIX.

Цей проєкт пропонує на базі результатів, досягнутих під час його створення, допомогти в розв’язанні поширеної серед зацікавленого в навчанні населення проблеми — максимально швидкого та ефективного розширення правдивих і об’єктивних знань про журналістику задля привертання уваги до неї, мотивації подальшого поширення інформації про професію. Вебдовідник «Путівник | Журналістика» прагне допомогти інтернет-користувачам у розв’язані питань головних принципів та проблем, розібратися в ефективності методів, вимогах до спеціалістів та колі можливостей, які надає журналістика, а також усвідомити необхідність її трансформацій у сучасному світі.

Формат подачі матеріалу зумовила обрана цільова аудиторія — молодь і люди середнього віку, приблизно 17–50 років. Люди працездатного віку — це найактивніша соціальна група, яка до того ж складає найбільший відсоток інтернет-користувачів взагалі й особисто споживачів вебдовідників. Саме підлітки та люди зрілого віку зацікавлені в навчанні чи його продовженні та розвитку особистості у всіх напрямах. У них дуже швидкий ритм життя й вільний доступ до мільярдів біт інформації в мережі. Тому найкращий варіант публікації — лаконічна, структурована, об’єктивна, відокремлена своїми формою, оригінальністю, без рекламних оголошень з усіх боків та в самому тексті, що заважає повноцінній увазі до викладеного матеріалу, уповільнює процес читання.

Представлений вебдовідник «Путівник | Журналістика» складається із вступу-визначення, дев’яти рубрик із примітками, де розміщені покликання на фахівців спеціальності, на основі біографій, коментарів, опрацювань яких був розроблений матеріал, представлений у проєкті. Також розділи містять фото, визначні імена та дають змогу користування іншими рубриками сайту для того, щоб надати повну відповідь на питання користувача — сформувати власну думку про професію, яка являє собою комбінацію багатьох різних статей сайту, пов’язаних спільною темою, що визначається запитом споживача.

На цей момент вебдовідник «Путівник | Журналістика» на платформі WIX є некомерційним продуктом, однак у майбутньому проєкт може бути монетизований через участь у SEO-діяльності, надання доступу до контенту тільки передплатникам, додання рекламних банерів.

**СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ ТА ДЖЕРЕЛ**

1. Макух-Федоркова І. Канадська модель впровадження медіаосвіти в контексті сучасної освітньої політики. URL: http://en.chnu.edu.ua/wp-content/uploads/2018/03/Makukh.pdf (дата звернення: 13.05.2022).

2. Федоров О., Іванов В., Волошенюк О., Почєпцов Г. Медіаосвіта та медіаграмотність: підручник.  *Центр Вільної Преси*. Київ. URL:https://www.researchgate.net/publication/278537628\_Mediaosvita\_ta\_mediagramotnist\_pidrucnik (дата звернення: 23.05.2022).

3. Коропатник М. Медіаосвіта в Україні: історія і сьогодення*.* URL: http://dspace.nbuv.gov.ua/bitstream/handle/123456789/109905/16-Koropatnyk.pdf?sequence=1 (дата звернення: 13.05.2022).

4. Мальцева О. Шляхи, форми та методи впровадження медіаосвіти в навчально-виховний процес. *Вісник ЛНУ імені Тараса Шевченка*. м. Старобільськ, 2020. URL: http://dspace.luguniv.edu.ua/jspui/bitstream/123456789/7073/1/5.%20Maltseva.pdf (дата звернення: 13.05.2022).

5. Чулков А. Концепція впровадження медіаосвіти в Україні (нова редакція). *ГО Детектор медіа.* URL:<http://surl.li/ccome> (дата звернення: 24.05.2022).

6. Кирилова О., Москаленко С. Дистанційна медіаосвіта: досвід реалізації через мобільний додаток. *Масова комунікація у глобальному та національному* вимірах. Вип. 13. 2020. URL: <https://www.researchgate.net/publication/> 352212616\_Distancijna\_mediaosvita\_dosvid\_realizacii\_cerez\_mobilnij\_dodatok (дата звернення: 13.05.2022).

7. Симакова С.И., Енбаева А.П., Исакова Т.Б. Мультимедийный сторителлинг - теоретическое осмысление. *Вестник ВУиТ.* 2019. №1.

8. Білятинська І. Використання електронних енциклопедій, словників, довідників під час навчального процесу. *Уманський державний педагогічний університет імені Павла Тичини.* Умань. URL: https://dspace.udpu.edu.ua/bitstream/6789/431/1/vykorystannia\_elektronnykh\_entsyklopedii%2C\_slovnykiv%2C\_dovidnykiv\_pid\_chas\_navchalnoho\_protsesu.pdf (дата звернення: 07.05.2022).

9. Нерсесян Г. Медіаграмотність молоді — запорука протидії інформаційній агресії. *Інвестиції: практика та досвід.* Київ,2018. URL: http://www.investplan.com.ua/?op=1&z=5997&i=11 (дата звернення: 13.05.2022).

10. Білецький В., Онкович Г., Онкович А. Нове в медіаосвіті: науково-педагогічна блогодидактика. *Прикарпатський вісник НТШ. Слово.* Київ, 2018. URL: <http://repository.kpi.kharkov.ua/bitstream/KhPI-Press/52824/1/PV_NTSh_> 2018\_4\_Biletskyi\_Mediaosvita.pdf (дата звернення: 24.05.2022).

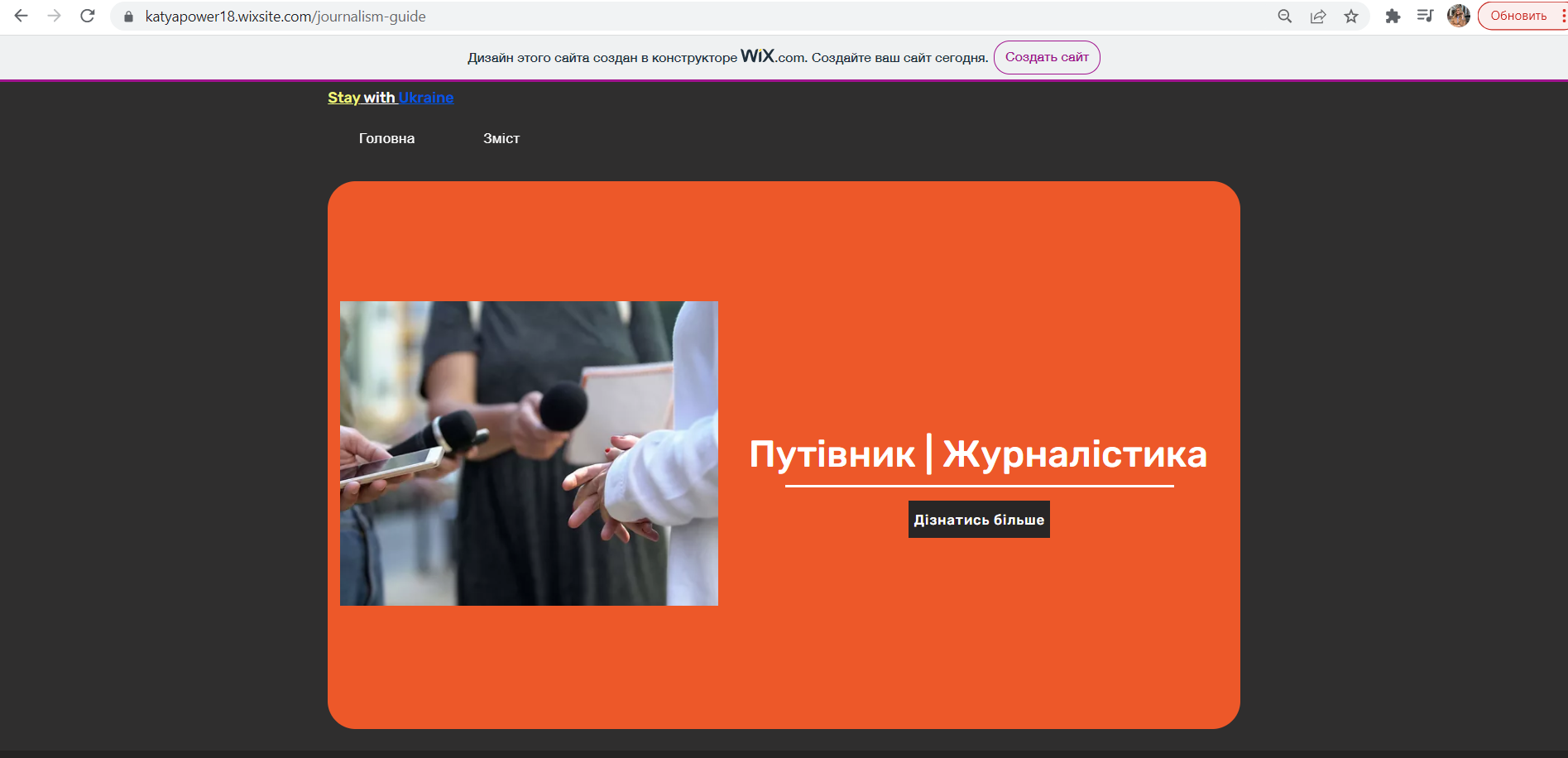
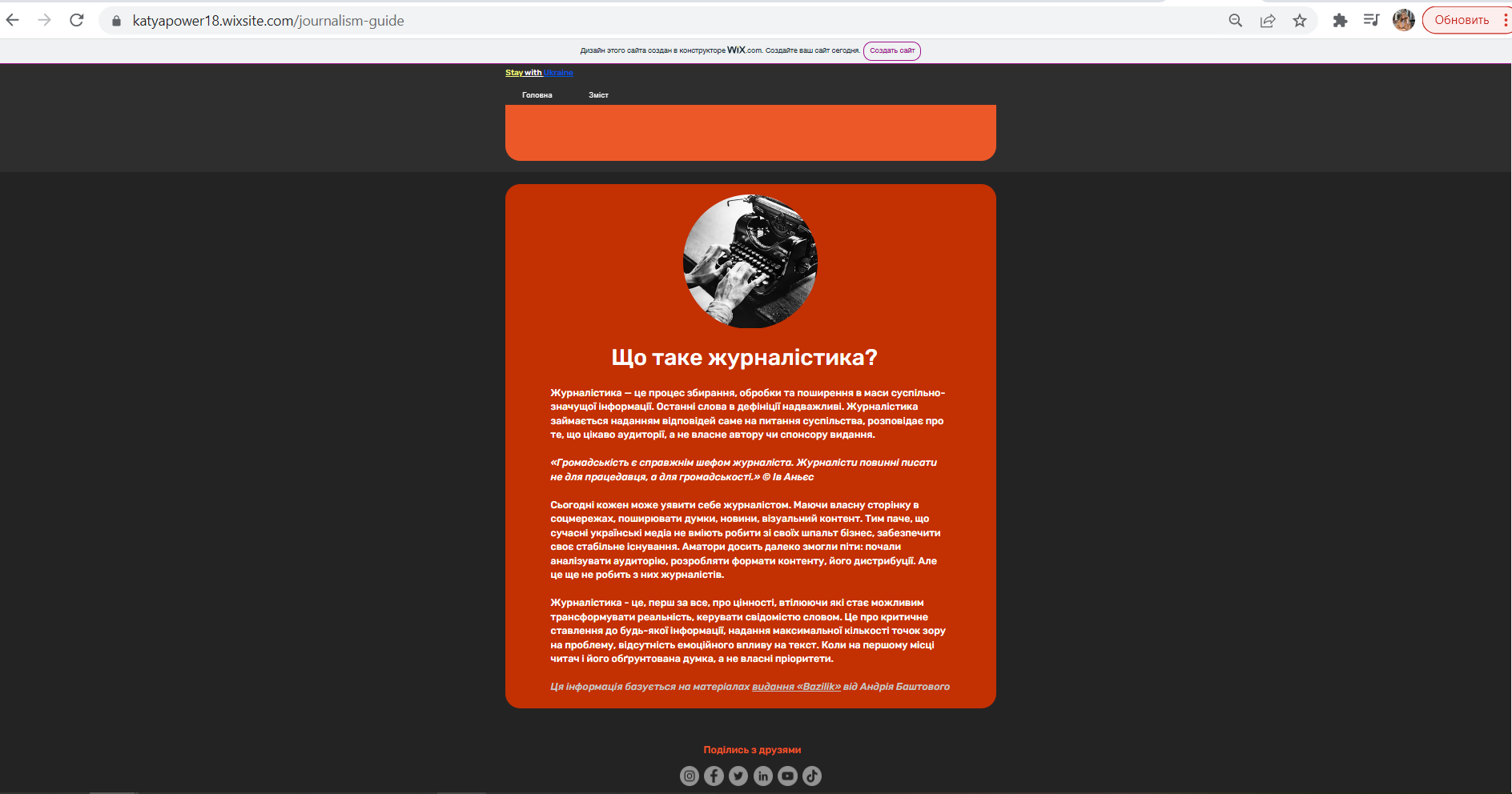
11. Кононец Н. Засоби створення електронного посібника для ресурсно-орієнтованого навчання. *Проблеми сучасного підручника.* 2018. URL: http://surl.li/cconv (дата звернення: 24.05.2022).

12. Петрик Л. Медіа-грамотність як навичка ХХІ ст. URL: https://www.pedosvita.kubg.edu.ua/index.php/journal/article/download/155/215 (дата звернення: 24.05.2022).

13. Коломоєць Г., Мельник О., Грицай С., Вознюк А. Створення інформаційно-освітнього середовища сучасного закладу освіти України. *Всеукраїнська науково-практична конференція.* Київ, 2019.URL: http://surl.li/cconx (дата звернення: 24.05.2022).

14. Коптіла Ю. Моделювання і розробка електронних ресурсів навчального призначення. *Міністерство освіти і науки, молоді та спорту України.* URL:http://eprints.zu.edu.ua/28257/1/54.pdf (дата звернення: 23.05.2022).

15. Джолос О. Україна на першому інформаційному фронті. *Київський національний університет імені Тараса Шевченка.* Київ, 2019. URL:https://www.academia.edu/38494349/UKRAINE\_ON\_THE\_FIRST\_INFORMATION\_FRONT (дата звернення: 24.05.2022).

Додаток А

