

УДК 159.9.072

Соснюк О. П.,

кандидат психологічних наук, доцент,
доцент кафедри соціальної психології,
Київський національний університет
імені Тараса Шевченка
E-mail: oleh.sosniuk@gmail.com

Остапенко І. В.,

кандидат психологічних наук,
науковий співробітник лабораторії
психології політичної поведінки молоді,
Інститут соціальної та політичної
психології НАПН України
E-mail: ostapenko.iryana.vit@gmail.com

ВЕБ-КВЕСТ ЯК ІНСТРУМЕНТ РОЗВИТКУ МЕДІАКОМПЕТЕНТНОСТІ СТУДЕНТСЬКОЇ МОЛОДІ

Стаття присвячена проблемі розвитку медіакомпетентності молоді. Авторами проаналізовано основні підходи до розуміння медіакомпетентності та медіаграмотності, визначено відмінності між ними. Наведено пояснювальну модель медіакомпетентності та окреслено можливі напрями її розвитку методами активного навчання. Розглянуто особливості використання веб-квесту як інструменту розвитку медіакомпетентності. Авторами описано процедуру розробки та основні структурні компоненти веб-квесту, визначено потенціал даного методу для формування мотивації студентів. Окреслено перспективи використання веб-квестів в освітній практиці та тренінговій роботі.

Ключові слова: медіакомпетентність, медіаграмотність, веб-квест, методи активного навчання, гейміфікація.

The article is devoted to the development of media competence of student youth. The authors have analyzed basic approaches to the understanding of media competence and media literacy and have defined the difference between them. An explanation model of media competence has been suggested and the possible directions of its development by active methods have been outlined. The features of the usage of web-quest as a tool for

media competence development have been considered. The authors have described the process of development and basic structure components of a web-quest. They have also defined the potential of the usage of this method for the formation of motivation of the students. The prospects of the usage of web-quests in educational practice and training work have been outlined.

Key words: *media competence, media literacy, web-quest, active learning methods, gamification.*

Постановка проблеми. Зростання впливу медіа на практично всі сфери життя людини і суспільні процеси є одним з глобальних трендів, поширення яких на актуальний момент відчувають в різних куточках планети [39]. Своєрідною відповіддю на це стало активне впровадження різноманітних програм медіаосвіти, започаткованих під егідою ЮНЕСКО і спрямованих на розвиток медіакультури та формування готовності особистості до ефективної та безпечної взаємодії з медіа. Свідченням усвідомлення цієї суспільної потреби є надання відповідного статусу програмам медіаосвіти, зафіксованого у рекомендаціях Європейського парламенту (2007 р.) та Європейської комісії (2009 р.), а також у «Концепції впровадження медіаосвіти в Україні», схваленої постановою Президії Національної академії педагогічних наук України в 2010 році [4; 27]. Зазначені рекомендації передбачають впровадження освітніх програм для різних вікових та соціальних груп, серед яких особливе місце відводиться студентській молоді, яка здатна найбільш ефективно поширювати набуті знання і навички у суспільстві. Розвиток медіаграмотності та медіакомпетентності самої студентської молоді потребує використання релевантних для неї методів активного навчання. Одним з таких сучасних освітніх інструментів є веб-квест.

Мета статті полягає у розкритті особливостей використання веб-квестів для розвитку медіакомпетентності та пошуку нових способів активізації рефлексії студентської молоді стосовно її взаємодії з медіапростором в освітньому процесі.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Питання розвитку медіаграмотності та медіакомпетентності вже багато років є предметом пильної уваги дослідників. За цей час сформувалось декілька цікавих підходів до вивчення даної проблематики.

Одним з таких підходів є «Новітня медіа грамотність» (New Media Literacies), який вважається домінуючою концептуальною парадигмою серед зарубіжних дослідників. На основі даного підходу розроблено найбільшу кількість медіаосвітніх програм. Для представників New Media Literacies (Н. Jenkins, 2006; С. Luke, 2007) точкою відліку є за-

цікавленість громадян у медіа, яка визначає специфіку їх взаємодії з традиційними засобами масової інформації та особливості використання ними соціальних медіа [30; 34]. Останнім приділяється особлива увага, бо саме вони відкривають для громадян широкі можливості для відпочинку та самовиразу, дозволяють самостійно продукувати медіа-контент та формувати власний інформаційний простір. Основний акцент представниками даного підходу робиться на опануванні учасниками освітніх програм новітніх медіатехнологій та Інтернет-ресурсів, які відкривають їм шлях для самореалізації. Основними критеріями оцінки рівня медіаграмотності та медіакомпетентності для представників даного підходу виступають (R. Hobbs; 2010): здатність до пошуку інформації та володіння сучасними медіатехнологіями з метою обміну релевантною інформацією з іншими людьми за умови вільного доступу до Інтернет-ресурсів та соціальних медіа [29].

Інший підхід – «Критичні медіа дослідження» (Critical Media Studies) має найбільшу кількість прихильників серед педагогів та психологів, бо саме погляди представників цих галузей наукового знання було покладено в основу його розробки. Для представників Critical Media Studies (D. Kellner & J. Share, 2007) вихідним є положення про маніпуляційний вплив медіа на користувачів. Саме тому, в процесі медіаосвіти найважливішим для представників даного підходу є розвиток критичного ставлення до інформації та джерел її поширення, здатність чинити опір маніпуляціям в інформаційному просторі. Основними критеріями оцінки рівня медіаграмотності та медіакомпетентності для представників даного підходу є здатність до розуміння інформаційних повідомлень з використанням критичного мислення, навички аналізу якості та достовірності повідомлень, уміння використовувати рефлексію для зниження негативних ефектів, які виникають у свідомості під впливом медіа [31]. Цей підхід має багато прихильників в Україні серед розробників спеціалізованих програм у сфері медіаосвіти, що є цілком природним, враховуючи небезпеку зовнішнього пропагандистського впливу і сучасний стан відносин з сусідніми країнами.

Погляди представників ще одного підходу – «Медіумна теорія» (Medium Theory) мають багато спільного з двома попередніми. Однак у даній концептуальній парадигмі є й певні особливості. Так, з представниками New Media Literacies їх об'єднує визнання ролі новітніх медіатехнологій. Але представники Medium Theory роблять акцент на вибірковості опанування медіаінструментів залежно від індивідуальних потреб користувача, водночас як представники New Media Literacies основну увагу приділяють оволодінню універсальними знаннями, навичками та технологіями. З представниками Critical Media

Studies у прихильників Medium Theory спільним є критичне ставлення до інформаційних повідомлень, яке, на їхню думку, повинне також враховувати ширший соціальний контекст і загальні світові тенденції. Представниками Medium Theory основна увага приділяється вивченню реальної практики соціальної взаємодії, що відбувається між людьми опосередковано через сучасні медіатехнології (М. McLuhan, 1972; J. Meyrowitz, 2009). Основними критеріями оцінки рівня медіаграмотності та медіакомпетентності для представників даного підходу є здатність генерувати медіаконтент, що забезпечує творчу самореалізацію та ґрунтується на вибірковому опануванні медіатехнологій, сприяє створенню систем соціальної взаємодії на основі усвідомлення власних цілей та потреб потенційної цільової аудиторії [36; 37].

В останні роки поступово набуває популярності ще один підхід – «Прагматизм» (Pragmatism), представники якого (L. Mason & S. A. Metzger, 2012) вважають, що розвиток медіаграмотності та медіакомпетентності повинен здійснюватись на основі аналізу інформаційних повідомлень та медіаконтенту, опанування сучасних форм комунікації з урахуванням суспільних та транснаціональних тенденцій [35]. Основними критеріями оцінки рівня медіаграмотності та медіакомпетентності для представників даного підходу виступають: здатність будувати власну комунікаційну активність на принципах соціальної відповідальності та етики, поширювати набуті знання, вміння та навички серед людей, які належать до кола реальної соціальної взаємодії (родина, друзі, колеги, інші формальні та неформальні спільноти) учасників медіаосвітніх програм [27; 29].

Ідеї зарубіжних дослідників знаходять своє відображення і в працях вітчизняних науковців (О. Т. Баришпольця, О. В. Волошенюк, Н. Р. Вітюк, В. Ф. Іванова, Л. А. Найдьонової, Г. В. Онкович, В. В. Різуна), які докладають багато зусиль для розбудови системи медіаосвіти в Україні [2; 5; 6; 8].

Не залишаються поза увагою дослідників й теоретико-методологічні питання. Серед них особливе місце займає проблема пошуку відмінностей між медіаграмотністю та медіакомпетентністю. Зарубіжні дослідники давно вже «узаконили» термін «медіа компетентність». Наприклад, у Німеччині під медіакомпетентністю розуміється здатність до кваліфікованої, самостійної, творчої і соціально відповідальної дії щодо медіа [25]. При цьому фактично поняття медіаграмотність та медіакомпетентність використовуються як синоніми. Однак спрощений підхід до вирішення цього питання задовольняє далеко не всіх. О. В. Федоров відзначає привабливість лаконічності цього визначення, проте вважає, що в ньому не вистачає конкретики. І якщо розуміти медіаком-

петентність як синонім до медіаграмотності, то автор надає перевагу визначенню Р. Кьюбі: медіакомпетентність / медіаграмотність (media competence / media literacy) – здатність використовувати, аналізувати, оцінювати і передавати повідомлення (messages) в різних формах [25].

Намагаючись диференціювати поняття медіаграмотність та медіакомпетентність, дослідники пропонують альтернативні визначення. Так, на думку Н. Р. Вітюк, медіакомпетентність можна визначити як сукупність знань, умінь, навичок, мотивів, здібностей, які сприяють вибору, критичному аналізу, оцінці, використанню, створенню і передачі медіаповідомлень, усвідомленню складних процесів та закономірностей функціонування медіа в соціумі, орієнтації в ньому, протистоянню маніпулятивному впливу, інформаційним загрозам, що створюють небезпеку важливим інтересам окремої особистості, суспільства, держави [2].

Схоже за змістом визначення пропонує і вищезгаданий О. В. Федоров, який розглядає медіакомпетентність особистості як сукупність умінь (мотиваційних, контактних, інформаційних, перцептивних, інтерпретаційних/оцінних, практико-операційних/діяльнісних, креативних) вибирати, використовувати, критично аналізувати, оцінювати, передавати і створювати медіатексти в різних видах, формах і жанрах, аналізувати складні процеси функціонування медіа в соціумі. При цьому перелічені автором уміння виступають як показники розвитку медіакомпетентності особистості [25].

Деяко інший перелік вмінь, необхідних для медіакомпетентності особистості запропонований відомим американським медіапедагогом С. Дж. Берен (S. J. Baran). До них автор відносить наступні вміння:

- здатність і готовність зробити зусилля, щоб сприймати, зрозуміти зміст медіатексту і фільтрувати медійний «шум»;
- розуміння і оцінка сили впливу медіатекстів;
- здатність розрізняти емоційну і аргументовану реакцію при сприйманні, щоб діяти відповідно;
- розвиток компетентного припущення про зміст медіатексту;
- знання умовностей жанрів і здатність визначати їх синтез;
- здатність міркувати про медіатексти критично, незалежно від того, наскільки впливові їхні джерела;
- знання специфіки мови різних медіа і здатність розуміти їхній вплив, незалежно від складності медіатекстів [28].

Таким чином, незважаючи на всю схожість існуючих визначень понять «медіакомпетентність» і «медіаграмотність», останнє розуміється як більш просте. На думку О. В. Федорова, це пов'язано з тим, що в самому слові «грамотність» є відтінок елементарності, примітивності, відображення найпростішого, початкового рівня освіти.



Рис. 1. Модель медіакомпетентності

Водночас, термін «компетентність» є більш адресним і конкретним щодо знань і вмінь людини, ніж більш місткий і багатозначний термін «культура» [25].

Останнє зауваження важливе, враховуючи те, що медіакомпетентність багатьма дослідниками визначається як показник рівня медіакультури, що забезпечує розуміння особистістю різних контекстів функціонування медіа [5; 6].

Виклад основного матеріалу. Аналіз основних підходів до розуміння «медіакомпетентність» і «медіаграмотність» дозволив нам розробити робочу модель медіакомпетентності, в якій ми намагалися врахувати креативний потенціал ідей, запропонованих колегами-науковцями. Саме цю модель ми використовуємо при розробці освітніх програм та тренінгів, спрямованих на розвиток медіакомпетентності (рис. 1).

Виходячи з даної моделі, ми вважаємо, що основними напрямками розвитку медіакомпетентності можуть бути: 1) розвиток розуміння ролі медіа у суспільстві (зростаючий вплив медіа, принципи роботи та технології функціонування медіа, багатоплановість медіареальності); 2) розвиток навичок користування сучасними медіа (орієнтація у

медіасередовищі, використання сучасного обладнання, програм та додатків); 3) розвиток комунікаційних умінь в медіапросторі (пошук та обробка інформації, створення контенту, участь у соціальних мережах); 4) розвиток стратегій взаємодії з медіа (вибір та створення власних медіаресурсів, використання медіа для власних досягнень).

У процесі розробки медіаосвітніх програм та тренінгів ми приділяємо особливу увагу добору методів активного навчання, які в роботі зі студентською молоддю повинні бути: релевантними цільовій аудиторії, містити в собі інноваційні компоненти, відповідати вимогам вищої школи щодо організації та забезпечення навчання.

Аналіз сучасних трендів засвідчує, що найбільший потенціал у роботі зі студентами мають методи активного навчання, які: містять елементи гейміфікації [38] та інтерактивності [17], дозволяють використовувати Інтернет-ресурси та соціальні медіа [18], надають можливості для вияву самостійної творчої активності та самореалізації [38], забезпечують умови для кооперації при виконанні навчальних вправ та завдань [17].

Зазначеним вимогам відповідає такий метод активного навчання, як веб-квест. Цей метод передбачає пошуковий формат занять, під час проведення яких більша частина матеріалу або ж вся інформація, з якою працюють студенти, отримується ззовні (від викладача або тренера/ з Інтернету). Як правило, для цього використовуються різні програми: від простих ресурсів для поширення текстових або інших документів (Dropbox, Google Docs) або профілів у соціальних мережах (Facebook, Twitter, Instagram) до спеціально створених сайтів.

До стандартного набору базових структурних елементів веб-квесту відносять: (1) вступ, (2) завдання, (3) процес, (4) джерела, (5) оцінювання та висновки. Однак ми опціонально (але доволі часто) додаємо ще один елемент – (6) лайфхак (lifehack), який є нічим іншим як варіантом концептуалізації набутих знань та досвіду в термінах «життєвої мудрості» у формі, придатній для передачі інформації будь-якій пересічній або недостатньо обізнаній в даній тематиці людині. Особливо корисним цей елемент є якраз в освітніх програмах або тренінгах, спрямованих на розвиток медіакомпетентності, що априорі передбачає опцію створення власного контенту.

Залежно від рівня підготовки, ступеню обізнаності, наявності/відсутності часових обмежень лайфхак може набувати різних форм. Це може бути проста розповідь з використанням підручних засобів для ілюстрацій, підготовка інтерактивних плакатів, коміксів, презентацій, аудіо- або відеороликів. Вибір форми може варіювати залежно від стадії освітньої програми або тренінгу. На початкових стадіях використо-

вуються простіші форми, які не потребують серйозної додаткової підготовки, на фінальних стадіях – складніші, які потребують спеціальних технічних навичок та досконалого знання медіатехнологій.

У процесі розробки освітніх або тренінгових програм, спрямованих на розвиток медіа компетентності, спочатку корисно проводити індивідуальні або групові інтерв'ю. При розробці тематичного плану інтерв'ю ми використовуємо методологічні доробки С. О. Белановського [1], Р. Мертона, М. Фіске, П. Кендалла [7] та власний досвід використання даного методу в дослідницькій практиці [11; 16]. Як правило, для розробки освітніх програм з розвитку медіакомпетентності в процесі інтерв'ю ми з'ясовуємо особливості доступу студентів/учасників тренінгу до медіаресурсів, ступінь інформованості про діяльність медіа та обізнаність в сфері медіатехнологій, характер взаємодії з медіа та специфіку активності у соціальних медіа, ступінь володіння технічними засобами (програмами, додатками), необхідними для створення власного медіаконтенту, наявний досвід використання медіаресурсів для досягнення власних цілей (ведення блогу, власний канал на YouTube, популяризація власних профілів у соціальних мережах). Отримання даної інформації дозволяє підібрати завдання, які можуть бути цікавими за змістом та релевантними за засобами, необхідними для їх виконання.

У процесі проходження веб-квесту учасники отримують завдання, обираючи ту чи іншу професійну/соціальну роль, в межах якої вони виконують завдання. Наш досвід застосування веб-квестів свідчить про користь від зміни ролей при виконанні різних завдань. Це створює умови для рольової децентрації, що в свою чергу активізує рефлексію та полегшує концептуалізацію набутого досвіду [12; 13; 14; 19; 23].

В окремих випадках доцільно починати веб-квест з розігрівуючих завдань. Так, наприклад, якщо серед завдань веб-квесту є набуття навичок розпізнавання фейкових зображень, перші завдання можуть бути спрямовані на побудову колажів з використанням веб-контенту. По-перше, наш досвід використання даного методу [9; 10; 22] та досвід наших колег [3; 33] свідчить про те, що за його допомогою можна отримати цікаву інформацію, яка сама по собі може бути предметом рефлексії. По-друге, такого типу завдання є відносно простими для виконання, однак при цьому вони активізують уяву та сприяють орієнтації студентів у медіа-просторі.

Якщо у переліку завдань веб-квесту є розпізнавання фейкової інформації/фейкових текстів для розігріву на початковій стадії можуть бути завдання на проведення психолого-лінгвістичної експертизи текстів [24] або завдання на оцінку інформаційних повідомлень [32].

У випадку, коли основні завдання веб-квесту, спрямовані на розпізнавання маніпуляцій, розігрівуючі завдання можуть бути у вигляді аналітичного перегляду фільмів з обов'язковим попереднім ознайомленням з техніками та механізмами маніпуляції в медіа-просторі [21].

Водночас на заключних стадіях можуть використовуватись завдання, спрямовані на розвиток навичок користування програмними додатками, спеціально розробленими для верифікації контенту (Findexif.com, Foto Forensics, Google Search by Image, TinEye, WebMii, Jeffrey's Exif Viewer, JPEGsnoop, Geofeedia, Wolfram Alpha).

При формуванні переліку ресурсів корисно використовувати не тільки власні заготовки викладача/тренера, але й посилення на медіа-ресурси (в т. ч. навчальні матеріали на YouTube, навчальні та художні фільми), корисні відкриті інформаційні платформи (наприклад, такі як Media Sapiens – <http://osvita.mediasapiens.ua/>, Stop Fake – <https://www.stopfake.org/kak-raspoznat-fejk/>). Зазначений перелік не повинен бути вичерпним, щоб у студентів/учасників тренінгу залишалися стимули для самостійного інформаційного пошуку.

Формат статті не дозволяє навести повноцінний приклад веб-квесту. Однак познайомитись з ними можна в наших попередніх публікаціях [38].

Варто відзначити, що веб-квест є досить гнучким інструментом. Завдяки його використанню можна вирішувати додаткові освітні завдання. Так, важливим моментом в освітньому процесі, а особливо в тренінгу, є створення у студентів/учасників належної мотивації. З часів М. Форверга одним з методів формування такої мотивації є лабілізація [26]. Однак багато психологів критично ставляться до застосування даного методу [15; 20]. Використання веб-квестів може бути своєрідною альтернативою лабілізації, бо дозволяє створювати необхідну мотивацію завдяки реалізації «принципу виклику завдання», сформульованому О. В. Сидоренко [15]. Крім того, використання веб-квестів дозволяє підтримувати цю мотивацію, якщо між заняттями є тривалі перерви.

Серед загальних переваг використання веб-квестів можна відзначити наступні:

- зосередження студентів/учасників тренінгу на темі, коли вони працюють з інформацією, особливо в Інтернеті (діяльність учасників організована у веб-квесті, тому вони зосереджені на використанні інформації, а не на її пошуку);
- підтримка критичного мислення та навичок вирішення проблем через оригінальне оцінювання, кооперативне навчання, створення планів та інтеграції освітніх та медіатехнологій;

- стимуляція кооперативного навчання через спільну діяльність у групі (навіть у віртуальній);
- розвиток технологічних навичок студентів/учасників тренінгу;
- надання можливості вибору варіантів завдання та різних веб-сайтах (використання різних сайтів як джерел інформації дозволяє учасникам вибирати ті джерела, які найкраще відповідають їх розумінню проблеми/завдання);
- забезпечення чіткого оцінювання (чіткі інструкції до виконання завдання і/або критерії оцінювання надаються на початку веб-квесту, тому студенти/учасники тренінгу точно знають, що від них очікують);
- підсилення розвитку міждисциплінарних навичок і можливість студентам/учасникам тренінгу поєднати навчання з реальним досвідом;
- надання можливості приміряти на себе інші професійні/соціальні ролі у безпечній формі;
- створення ситуацій, в яких учасники отримують інформацію, обговорюють питання, приймають участь у тематичних дискусіях, залучаються до виконання ролей і вирішення проблем;
- заохочення учасників до співпраці і зацікавленого навчання.

Досвід застосування веб-квестів, набутий у межах наших досліджень, було впроваджено в освітню практику. Веб-квести використовуються нами в процесі викладання дисциплін «Соціальна психологія», «Психологія масової поведінки», «Психологія реклами», «Основи психосемантики», «Психологічні технології бізнес-тренінгу» для студентів факультету психології Київського національного університету імені Тараса Шевченка. Крім того, веб-квести стали складовою частиною спеціалізованої тренінгової програми подолання комунікативних бар'єрів та технології активізації самоідентифікації молоді.

Висновки. Аналіз результатів проведеного дослідження дозволив нам зробити такі висновки:

1. Основними напрямками розвитку медіакомпетентності можуть бути: 1) розвиток розуміння ролі медіа у суспільстві (зростаючий вплив медіа, принципи роботи та технології функціонування медіа, багатоплановість медіареальності), 2) розвиток навичок користування сучасними медіа (орієнтація у медіа середовищі, використання сучасного обладнання, програм та додатків), 3) розвиток комунікаційних вмій в медіапросторі (пошук та обробка інформації, створення контенту, участь у соціальних мережах), 4) розвиток стратегій взаємодії з медіа (вибір та створення власних медіаресурсів, використання медіа для власних досягнень).

2. Веб-квест належить до інноваційних методів активного навчання, придатних для розвитку медіакомпетентності студентської молоді. Даний метод містить елементи гейміфікації та інтерактивності, дозволяє використовувати Інтернет-ресурси та соціальні медіа, надає можливості для прояву студентами/учасниками тренінгу самостійної творчої активності та самореалізації, забезпечує умови для кооперації при виконанні навчальних вправ та завдань.

3. Базовими структурними елементами веб-квесту є: вступ, завдання, процес, джерела, оцінювання та висновки, створення лайфхак контенту. Лайфхак (lifehack) як варіант концептуалізації набутих знань та досвіду в термінах «життєвої мудрості» у формі, придатній для передачі інформації іншим особам є особливо корисним елементом освітніх програм або тренінгів, спрямованих на розвиток медіакомпетентності.

4. У процесі розвитку медіакомпетентності веб-квести можуть використовуватись для дистанційного та аудиторного навчання, підтримки зацікавленості у навчанні, створення надихаючої мотивації в процесі навчання/тренінгу (альтернатива використанню методу лабіалізації), що забезпечує більш високий рівень ефективності навчальних та тренінгових програм з використанням веб-квестів порівняно з традиційними програмами та методами навчання.

Перспективи подальших досліджень полягають у вдосконаленні практики використання веб-квестів в освітньому процесі та тренінговій роботі з метою розвитку медіакомпетентності студентів та представників інших вікових і соціальних груп. Також передбачається імплементація даного методу активного навчання в процес розробки технологій трансформації комунікативних бар'єрів в умовах тренінгу, що сприятиме становленню національної та громадянської самоідентифікації молоді.

Список використаних джерел

1. Белановский С. А. Индивидуальное глубокое интервью / С. А. Белановский. – М.: Никколо-Медиа, 1993. – 320 с.
2. Вітюк Н. Р. Медіакомпетентність як умова інформаційно-психологічної безпеки особистості та суспільства [Електронний ресурс] / Н. Р. Вітюк. – URL.: <http://www.pu.if.ua/depart/SocialPsychology/ua/5556.5.01.2018>.
3. Коваленко А. Б. Соціальна ідентичність як механізм адаптації особистості під час суспільної кризи / А. Б. Коваленко, К. С. Безверха // Український психологічний журнал. – 2017. – № 3. – С. 48–62.
4. Концепція впровадження медіаосвіти в Україні (Схвалено постановою Президії Національної академії педагогічних наук України 20 травня 2010 року, протокол № 1-7/6-150). – URL.: http://www.ispp.org.ua/news_44.htm.

5. Медіакультура особистості: соціально-психологічний підхід: навч. – метод. посібник / [за ред. Л. А. Найдюнової, О. Т. Барішпольця]. – К.: Міленіум, 2010. – 440 с.

6. Медіаосвіта і медіаграмотність: підручник / ред.-упор. В. Ф. Іванов, О. В. Волошенко; [за наук. ред. В. В. Різуна]. – К.: Центр вільної преси, 2012. – 352 с.

7. Мертон Р. Фокусированное интервью / Р. Мертон, М. Фиске, П. Кендалл. – М., 2000. – 167 с.

8. Онкович Г. Медіа-педагогіка і медіа-освіта: поширення у світі / Г. Онкович // Дивослово: Укр. мова й література в навч. закл.: щоміс. наук. – метод. журн. МОН України. – 2007. – № 6. – С. 2–4.

9. Остапенко І. В. Особливості візуалізації уявлень про владно-підвладну взаємодію / І. В. Остапенко // Проблеми політичної психології: зб. наук. праць. – 2014. – Вип. 1 (15). – С. 368–374.

10. Остапенко І. В. Особливості використання проективної техніки «колаж» для дослідження уявлень студентської молоді про владні режими / І. В. Остапенко // Актуальні проблеми соціології, психології, педагогіки: збірник наукових праць. – 2014. – № 2 (23). – С. 187–192.

11. Остапенко І. В. Особливості використання якісних методів для дослідження комунікативних бар'єрів національної та громадянської самоідентифікації / І. В. Остапенко // Проблеми політичної психології: збірник наукових праць. – 2017. – Вип. 5 (19). – С. 167–178.

12. Остапенко І. В. Розвиток рефлексивних механізмів структурування дискурсу взаємодії з владою в умовах тренінгу / І. В. Остапенко, О. П. Соснюк // Збірник наукових статей Київського міжнародного університету й Інституту соціальної та політичної психології НАПН України. Серія: «Психологічні науки: проблеми і здобутки». – 2015. – Випуск 8. – С. 185–201.

13. Остапенко І. В. Формування рефлексивної компетентності керівника в умовах психологічного тренінгу / І. В. Остапенко // Актуальні проблеми психології. Проблеми загальної та педагогічної психології: збірник наукових праць. – 2013. – Том 11. – Вип. 7, Частина 2. – С. 141–150.

14. Політична картина світу студентської молоді: психологічні проблеми формування: монографія / В. Д. Бондаренко, І. В. Жадан, І. В. Остапенко, І. А. Дідук, С. І. Позняк, М. Ю. Сидоркіна, О. М. Скар: за ред. В. Д. Бондаренко, І. В. Жадан. – К.: Міленіум, 2017. – 264 с.

15. Сидоренко Е. В. Тренінг впливння и противостояния влиянию / Е. В. Сидоренко. – СПб.: Речь, 2006. – 255 с.

16. Соснюк О. П. Діагностика особливостей особистісної активності суб'єктів інноваційної діяльності якісними методами / О. П. Соснюк // Актуальні проблеми психології: збірник наукових праць. – 2008. – Том 7. – Випуск 16. – С. 163–168.

17. Соснюк О. П. Ігрові технології як засіб підвищення ефективності вирішення дослідницьких завдань / О. П. Соснюк // Актуальні проблеми психології: збірник наукових праць. – 2013. – Том 11. – Вип. 7, Частина 2. – С. 377–383.

18. Соснюк О. П. Інновації в організації та забезпеченні освітнього процесу: сучасні тенденції та перспективи / О. П. Соснюк // Матеріали всеукраїнської науко-

во-практичної конференції з міжнародною участю «Психологічна освіта в Україні: традиції, сучасність та перспективи». – Київ, 2017. – С. 241–244.

19. Соснюк О. П. Методологічні принципи формування психологічної готовності до інноваційної діяльності в умовах тренінгу / О. П. Соснюк // Вісник Київського національного університету імені Тараса Шевченка. Серія: Соціологія. Психологія. Педагогіка. – 2006. – Випуск 26. – С. 49–52.

20. Соснюк О. П. Особливості використання лабілізації в тренінгу: можливості та обмеження / О. П. Соснюк // Український психологічний журнал. – 2016. – № 2. – С. 97–108.

21. Соснюк О. П. Психологічні технології протидії використанню маніпуляційних технік / О. П. Соснюк // Актуальні проблеми психології: збірник наукових праць. – 2008. – Том 10. – Випуск 6, Частина 2. – С. 241–244.

22. Соснюк О. П. Психосемантична інтерпретація візуальних образів у прикладних дослідженнях / О. П. Соснюк // Наука і освіта. – 2012. – № 9. – С. 201–205.

23. Соснюк О. П. Рольова децентрація як фактор трансформації професійних стереотипів / О. П. Соснюк // Вісник Харківського університету. Серія: Психологія. – 2002. – № 550 (Частина 1). – С. 241–242.

24. Соснюк О. П. Тренінгові технології формування навичок юридичної безпеки журналістів / О. П. Соснюк // Проблеми політичної психології та її роль у становленні громадянина Української держави: збірник наукових праць. – 2008. – Випуск 7. – С. 418–423.

25. Федоров А. В. Медиаобразование в США, Канаде и Великобритании / А. В. Федоров, А. А. Новикова, В. Л. Колесниченко, И. А. Каруна. – Таганрог: Кучма, 2007. – 256 с.

26. Форверг М. Социально-психологический тренинг как метод психологического воздействия и обучения / М. Форверг // Вопросы психологии. – 1989. – № 6. – С. 68–87.

27. Aguaded-Gómez I. Media competence in adult citizens in Andalusia, Spain / I. Aguaded-Gómez, R. Tirado-Moruetaa, Á. Hernando-Gómez // Information, Communication & Society. – 2015. – Volume 18. – Issue 6. – P. 659–679.

28. Baran S. J. Introduction to Mass Communication / S. J. Baran. – Boston-New York: McGraw Hill, 2002. – 535 p.

29. Hobbs R. Digital and media literacy: A plan of action / R. Hobbs. – Washington, DC: The Aspen Institute, 2010. – 67 p.

30. Jenkins H. Convergence culture: Where old and new media collide / H. Jenkins. – New York: New York University Press, 2006. – URL: <http://www.uoc.edu/uocpapers/4/dt/eng/jenkins1.html>. 5.01.2018.

31. Kellner D. Critical media literacy, democracy, and the reconstruction of education. In D. Macedo & S. R. Steinberg (Eds.) / D. Kellner, J. Share // Media literacy: A Reader. – 2007. – P. 3–23.

32. Klymenko I. V. Theoretical and methodological basis for trainings on recognition of disinformation and methods of manipulative influence in media news / I. V. Klymenko // Український психологічний журнал. – 2017. – № 2 (4). – С. 37–46.

33. Kovalenko A. B. Youth's imagery features of their own future and future of Ukraine / A. B. Kovalenko., O-L. Roketa // Український психологічний журнал. – 2016. – № 1. – С. 50–62.

34. Luke C. As seen on TV or was that my phone? New media literacy / C. Luke // Policy Futures in Education. – 2007. – 5 (1). – P. 50–58.

35. Mason L. Reconceptualizing media literacy in the social studies: A pragmatist critique of the NCSS position statement on media literacy / L. Mason, S. A. Metzger // Theory and Research in Social Education. – 2012. – 40 (4). – P. 436–455.

36. McLuhan M. From understanding media. In A. H. Teich (Ed.) / M. McLuhan // Technology and man's future. – 1972. – P. 66–73.

37. Meyrowitz J. We liked to watch: Television as progenitor of the surveillance society / J. Meyrowitz // The Annals of the American Academy of Political and Social Science. – 2009. – 625. – P. 32–48.

38. Sosniuk Oleh. Gamification as an element of active learning in higher education / Oleh Sosniuk, Iryna Ostapenko // DisCo 2016: Towards Open Education and Information Society. Papers of 11-th International Conference. – Prague, Center of Higher Education Studies, 2016. – P. 72–77.

39. Saucier Gerard. Cross-Cultural Differences in a Global 'Survey of World Views' / Gerard Saucier, Judith Kenner... and others // Journal of Cross-Cultural Psychology (JCCP), The International Association for Cross-Cultural Psychology (IACCP). – 2015. – Vol. 46. – No. 1. – P. 53–70.

References transliterated

1. Belanovskyy S. A. Indyvydual'noe glubokoe interv'yu / S. A. Belanovskyy. – M.: Nykkolo-Medya, 1993. – 320 s.

2. Vitiuk N. R. Mediakompetentnist yak umova informatsiino-psykholohichnoi bezpeky osobystosti ta suspilstva [Elektronnyj resurs] / N. R. Vitiuk. – URL: <http://www.pu.if.ua/depart/SocialPsychology/ua/5556>. 5.01.2018.

3. Kovalenko A. B. Sotsial'na identychnist' yak mekhanizm adaptatsiyi osobystosti pid chas suspil'noyi kryzy / A. B. Kovalenko, K. S. Bezverkha // Ukraїns'kyj psykholohichnyj zhurnal. – 2017. – № 3. – S. 48–62.

4. Kontsepsiia vrovadzhenia mediaosvity v Ukraini (Skhvaleno postanovoiu Prezydii Natsionalnoi akademii pedahohichnykh nauk Ukrainy 20 travnia 2010 roku, protokol № 1-7/6-150). – URL: http://www.ispp.org.ua/news_44.htm.

5. Mediakultura osobystosti: sotsialno-psykholohichni pidkhid: navch. – metod. posibnyk / [za red. L. A. Naidonovoi, O. T. Baryshpoltsia]. – K.: Milenium, 2010. – 440 s.

6. Mediaosvita i mediahramotnist: pidruchnyk / red. – upor. V. F. Ivanov, O. V. Volosheniuk; [za nauk. red. V. V. Rizuna]. – K.: Tsentri vilnoi presy, 2012. – 352 s.

7. Merton R. Fokusirovannoe interv'yu / R. Merton, M. Fiske, P. Kendall. – M., 2000. – 167 s.

8. Onkovych G. Media-pedagogika i media-osvita: poshyrennja u sviti / G. Onkovych // Dyvoslovo: Ukr. mova j literatura v navch. zakl.: shhomis. nauk. – metod. zhurn. MON Ukraїny. – 2007. – № 6. – S. 2–4.

9. Ostapenko I. V. Osoblyvosti vizualizatsii uivlen pro vladno-pidvkladnu vzaiemodiiu / I. V. Ostapenko // *Problemy politychnoi psykholohii: zb. nauk. prats.* – 2014. – Vyp. 1 (15). – S. 368–374.

10. Ostapenko I. V. Osoblyvosti vykorystannia proektyvnoi tekhniky «kolazh» dlia doslidzhennia uivlen studentskoi molodi pro vladni rezhymy / I. V. Ostapenko // *Aktualni problemy sotsiolohii, psykholohii, pedahohiky: zbirnyk naukovykh prats.* – 2014. – № 2 (23). – S. 187–192.

11. Ostapenko I. V. Osoblyvosti vykorystannia yakisnykh metodiv dlya doslidzhennia komunikatyvnykh bar»yeriv natsional'noyi ta hromadys'koyi samoidentyfikatsiyi / I. V. Ostapenko // *Problemy politychnoi psykholohiyi: zbirnyk naukovykh prats'.* – 2017. – Vyp. 5 (19). – S. 167–178.

12. Ostapenko I. V. Rozvytok refleksyvnykh mekhanizmiv strukturuvannia dyskursu vzaiemodii z vladoiu v umovakh treninhu / I. V. Ostapenko, O. P. Sosniuk // *Zbirnyk naukovykh statei Kyivskoho mizhnarodnogo universytetu i Instytutu sotsialnoi ta politychnoi psykholohii NAPN Ukrainy. Serii: «Psykholohichni nauky: problemy i zdobutky».* – 2015. – Vypusk 8. – S. 185–201.

13. Ostapenko I. V. Formuvannia refleksyvnoi kompetentnosti kerivnyka v umovakh psykholohichnogo treninhu / I. V. Ostapenko // *Aktual'ni problemy psykholohiyi. Problemy zahal'noyi ta pedahohichnoi psykholohiyi: zbirnyk naukovykh prats'.* – 2013. – Tom 11. – Vyp. 7, Chastyna 2. – S. 141–150.

14. Politychna kartyna svitu studentskoi molodi: psykholohichni problemy formuvannia: monohrafiia / V. D. Bondarenko, I. V. Zhadan, I. V. Ostapenko, I. A. Diduk, S. I. Pozniak, M. Iu. Sydorkina, O. M. Sknar: za red. V. D. Bondarenko, I. V. Zhadan. – K.: Milenium, 2017. – 264 s.

15. Sidorenko E. V. Trening vlijanija i protivostojanija vlijaniju / E. V. Sidorenko. – SPb.: Rech', 2006. – 255 s.

16. Sosniuk O. P. Diahnostyka osoblyvostey osobystisnoi aktyvnosti sub»yektiv innovatsynoi diyal'nosti yakisnymi metodamy / O. P. Sosniuk // *Aktual'ni problemy psykholohiyi: zbirnyk naukovykh prats'.* – 2008. – Tom 7. – Vypusk 16. – S. 163–168.

17. Sosniuk O. P. Ihrovi tekhnolohii yak zasib pidvshchennia efektyvnosti vyrisnennia doslidnytskykh zavdan / O. P. Sosniuk // *Aktualni problemy psykholohii: zbirnyk naukovykh prats'.* – 2013. – Tom 11. – Vyp. 7, Chastyna 2. – S. 377–383.

18. Sosniuk O. P. Innovatsii v orhanizatsii ta zabezpechenni osvitnoho protsesu: suchasni tendentsii ta perspektyvy / O. P. Sosniuk // *Materialy vseukrainskoi naukovopraktychnoi konferentsii z mizhnarodnoiu uchastiu «Psykholohichna osvita v Ukraini: tradytsii, suchasnist ta perspektyvy».* – Kyi'v, 2017. – S. 241–244.

19. Sosniuk O. P. Metodolohichni pryntypy formuvannia psykholohichnoi hotovnosti do innovatsiinoi diialnosti v umovakh treninhu / O. P. Sosniuk // *Visnyk Kyivskoho natsionalnogo universytetu imeni Tarasa Shevchenka. Serii: Sotsiolohiia. Psykholohiia. Pedahohika.* – 2006. – Vypusk 26. – S. 49–52.

20. Sosniuk O. P. Osoblyvosti vykorystannia labilizatsii v treninhu: mozhlyvosti ta obmezhenia / O. P. Sosniuk // *Ukrai'ns'kyj psykholohichnyj zhurnal.* – 2016. – № 2. – C. 97–108.

21. Sosniuk O. P. Psykholohichni tekhnolohii protydyi vykorystanniu manipuliat-siinykh tekhnik / O. P. Sosniuk // Aktualni problemy psykholohii: zbirnyk naukovykh prats. – 2008. – Tom 10. – Vypusk 6, Chastyna 2. – S. 241–244.
22. Sosniuk O. P. Psykhosemantychna interpretatsiya vizual'nykh obraziv u prykladnykh doslidzhennyakh / O. P. Sosniuk // Nauka i osvita. – 2012. – № 9. – S. 201–205.
23. Sosniuk O. P. Rolova detsentratsiya yak faktor transformatsii profesiynykh stereotypiv / O. P. Sosniuk // Visnyk Kharkivskoho universytetu. Serii: Psykholohiia. – 2002. – № 550 (Chastyna 1). – S. 241–242.
24. Sosniuk O. P. Treninhovi tekhnolohii formuvannia navychok yurydychnoi bezpeky zhurnalistiv / O. P. Sosniuk // Problemy politychnoi psykholohii ta yii rol u stanovlenni hromadianyna Ukrainskoi derzhavy: zbirnykh naukovykh prats. – 2008. – Vypusk 7. – S. 418–423.
25. Fedorov A. V. Medyaobrazovanye v SShA, Kanade y Velykobrytanyy / A. V. Fedorov, A. A. Novykova, V. L. Kolesnychenko, Y. A. Karuna. – Tahanroh: Kuchma, 2007. – 256 s.
26. Forverg M. Social'no-psyhologicheskij trening kak metod psyhologicheskogo vozdeystviya i obuchenija / M. Forverg // Voprosy psyhologii. – 1989. – № 6. – S. 68–87.
27. Aguaded-Gómez I. Media competence in adult citizens in Andalusia, Spain / I. Aguaded-Gómez, R. Tirado-Morueta, Á. Hernando-Gómez // Information, Communication & Society. – 2015. – Volume 18. – Issue 6. – P. 659–679.
28. Baran S. J. Introduction to Mass Communication / S. J. Baran. – Boston-New York: McGraw Hill, 2002. – 535 p.
29. Hobbs R. Digital and media literacy: A plan of action / R. Hobbs. – Washington, DC: The Aspen Institute, 2010. – 67 p.
30. Jenkins H. Convergence culture: Where old and new media collide / H. Jenkins. – New York: New York University Press, 2006. – URL: <http://www.uoc.edu/uocpapers/4/dt/eng/jenkins1.html>. 5.01.2018.
31. Kellner D. Critical media literacy, democracy, and the reconstruction of education. In D. Macedo & S. R. Steinberg (Eds.) / D. Kellner, J. Share // Media literacy: A Reader. – 2007. – P. 3–23.
32. Klymenko I. V. Theoretical and methodological basis for trainings on recognition of disinformation and methods of manipulative influence in media news / I. V. Klymenko // Український психологічний журнал. – 2017. – № 2 (4). – С. 37–46.
33. Kovalenko A. B. Youth's imagery features of their own future and future of Ukraine / A. B. Kovalenko., O-L. Roketa // Ukrai'ns'kyj psykholichnyj zhurnal. – 2016. – № 1. – S. 50–62.
34. Luke C. As seen on TV or was that my phone? New media literacy / C. Luke // Policy Futures in Education. – 2007. – 5 (1). – P. 50–58.
35. Mason L. Reconceptualizing media literacy in the social studies: A pragmatist critique of the NCSS position statement on media literacy / L. Mason, S. A. Metzger // Theory and Research in Social Education. – 2012. – 40 (4). – P. 436–455.
36. McLuhan M. From understanding media. In A. H. Teich (Ed.) / M. McLuhan // Technology and man's future. – 1972. – P. 66–73.

37. Meyrowitz J. We liked to watch: Television as progenitor of the surveillance society / J. Meyrowitz // The Annals of the American Academy of Political and Social Science. – 2009. – 625. – P. 32–48.

38. Sosniuk Oleh. Gamification as an element of active learning in higher education / Oleh Sosniuk, Iryna Ostapenko // DisCo 2016: Towards Open Education and Information Society. Papers of 11-th International Conference. – Prague, Center of Higher Education Studies, 2016. – P. 72–77.

39. Saucier Gerard. Cross-Cultural Differences in a Global 'Survey of World Views' / Gerard Saucier, Judith Kenner... and others // Journal of Cross-Cultural Psychology (JCCP), The International Association for Cross-Cultural Psychology (IACCP). – 2015. – Vol. 46. – No. 1. – P. 53–70.

A b s t r a c t

Sosniuk O. P.,

PhD (Candidate of Psychological Sciences),
Associate Professor (docent),
Social Psychology Department,
Taras Shevchenko National University of Kyiv
E-mail: oleh.sosniuk@gmail.com

Ostapenko I. V.,

PhD (Candidate of Psychological Sciences),
Researcher, Laboratory for Psychology
of Youth Political Behavior,
Institute for Social and Political Psychology
of NAES of Ukraine
E-mail: ostapenko.iryna.vit@gmail.com

WEB-QUEST AS A TOOL FOR THE DEVELOPMENT OF MEDIA COMPETENCE OF STUDENT YOUTH

The article is devoted to the development of media competence of student youth. The authors have analyzed basic approaches to the understanding of media competence and media literacy (Critical Media Studies, New Media Literacies, Medium Theory, Pragmatism etc) and have defined the difference between them.

An explanation model of media competence has been suggested and the possible directions of its development by active methods have been outlined. The authors have defined the basic directions of media competence development, such as: 1) development of understanding of the role media plays in society (growing influence of media, the principles of work and

technology of media operation, the multivision of media reality), 2) development of skills of modern media usage (orientation in media space, usage of modern equipment, programs and applications), 3) development of communication skills in media space (search and processing of information, content creation, participation in social networks), 4) development of strategies of interaction with media (choosing and creating own media resources for own achievements).

The features of the usage of web-quest as a tool for media competence development have been considered. The authors have described the process of development and basic structure components of a web-quest (introduction, task, process, source, evaluation and conclusions, creating lifehack content). They have also defined the potential of the usage of this method for the formation of motivation of the students. The usefulness of web-quest usage for distant and classroom studying, supporting students' interest in learning, creating inspirational motivation in the training process (an alternative to using the method of labialization) was proved. The effectiveness of learning programs with usage of web-quests in comparison to traditional teaching methods was established.

The prospects of the usage of web-quests in educational practice and training work have been outlined.

Отримано – 5 січня 2018

Рецензовано – 10 січня 2018

Прийнято – 12 січня 2018

Received – January 5, 2018

Revision – January 10, 2018

Accepted – January 12, 2018