

# МЕДІАГРАМОТНІСТЬ ЯК КЛЮЧОВА КОМПЕТЕНТНІСТЬ У СУЧАСНОМУ ІНФОРМАЦІЙНОМУ СУСПІЛЬСТВІ: ВИКЛИКИ ДЛЯ УКРАЇНИ

**СКИБА М.,**

здобувач вищої освіти, факультет торгівлі та маркетингу,  
Державний торговельно-економічний Університет, Україна

**ДОБРОДУМ О.,**

*Науковий керівник*

професор кафедри журналістики та реклами,

Державний торговельно-економічний університет, Україна

Сьогодні інформація є важливим аспектом в житті кожної людини. Вона допомагає людям критично аналізувати, оцінювати та ухвалювати рішення про майбутні дії. Медіаосвіта важлива тому, що інформаційна революція та глобалізація зробили наше сприйняття світу багато в чому залежним від того, як він представлений у ЗМІ. На жаль, засоби масової інформації не відчувають великої відповідальності на собі. Матеріали погано перевіряють і часто містять елементи маніпуляції та фальсифікації. У цьому контексті медіаосвіта – це спосіб захистити себе від недобросовісної інформації у ЗМІ. Наразі суспільство стикається з проблемою дезінформації через віртуальний простір, ЗМІ, які поширюють як правдиву, так і неправдиву інформацію. Ці чинники призвели до появи поняття «медіаграмотність». З початком повномасштабної війни в Україні, використання медіаграмотності стало особливо актуальним і навіть необхідним для суспільства, яке опинилося під великим інформаційним тиском. Тому з'явилася потреба розвивати навички критичного мислення, вміння виявляти пропаганду, уникати маніпуляцій, розуміти та виявляти фейки тощо, тобто фільтрувати інформацію. Медіаграмотність наразі розглядається як напрям розвитку інформаційних компетенцій у суспільстві.

З 2001-х років в Україні активно піднімається питання медіаграмотності та медіаосвіти, тому що весь світ є частиною єдиної інформаційної системи, яка функціонує в режимі реального часу. У навчальній програмі «Медіаосвіта (медіаграмотність)» на сайті «Академії української преси» поняття «медіаграмотність» трактується так: «Медіаграмотність – комплекс знань, мотивів, певних умінь і наявність можливостей (головною з яких є критичне мислення), що здатні сприяти до добирання, використання, створення та передавання медіатекстів різноманітних видів, а також медіаграмотність

нерозривно пов'язана з аналізом функціонування медіа як складного процесу в суспільстві» [4].

Концепція впровадження медіаграмотності в Україні визначає головні завдання медіаосвіти:

- підвищення рівня особистісної медіаграмотності означає покращення людських знань, розуміння та ставлення, які дають змогу споживачам: ефективно та безпечно використовувати медіа, робити свідомий вибір, розуміти природу вмісту медіаконтенту, ухвалювати критичні рішення та вміти використовувати новітні комунікаційні технології та медіасистеми;

- формування медіаімунітету, який протистоїть агресивному та деструктивному впливу ЗМІ та забезпечує психічне здоров'я при споживанні медіапродуктів;

- сприяння розвитку критичного мислення та самоаналізу. Це психологічні механізми, що забезпечують усвідомлене споживання медіапродукції та здатність саморегуляції взаємодії із медіа. В основі цих механізмів лежить ефективне позиціонування в медіапросторі та розуміння власних медіапотреб. Комплексний та критично-інтерпретаційний характер медіасприйняття сприяє розвитку здатності протистояти зовнішнім інформаційним атакам, пропаганді та деструктивним медіа-інформаційним впливам;

- грамотному самовираженню та виконанню життєвих завдань; розвитку патріотизму, української ідентичності, згуртованості та солідарності, особливо через подолання соціальних наслідків військових дій, що підвищує спроможність до самостійної медіаторчості;

- формування в особистості професійних аспектів медіакультури, тобто поглиблення знань щодо: аудіо- та візуальної культури (телебачення, музичні композиції), розвиток естетичного почуття до сучасному мистецтві [2].

Головна ціль медіаграмотності – перетворити процес медіаспоживання на етап критичного мислення, щоб люди могли виявити потенційні маніпуляції і розуміти сутність та основні завдання ЗМІ, які формують громадську думку» [3]. Користувачі Інтернету повинні більш критично реагувати на інформаційний потік, який отримують від ЗМІ, і обов'язково перевіряти її з кількох джерел, щоб уникнути впливу неперевіреної інформації.

На мою думку, медіаосвіта зараз перебуває на перехідному етапі в нашій державі. Згідно з результатами дослідження ГО «Детектор медіа» «Індекс медіаграмотності українців 2020–2023 (четверта хвиля)», рівень загального індексу медіаграмотності знизився з 8 % до 76 %. У Європі ж Україна посіла тільки 30-те місце за рівнем

медіаграмотності її громадян і перебуває у групі «перехідних» країн, яким загрожує подальше просування вниз рейтингу (за даними досліджень Інститут відкритого суспільства 2023 року). Адже в Україні все ще залишається частина громадян з низькою медіаграмотністю – 3 %. Рівень нижче середнього мають 2 % українських громадян, вище середнього – 62 %. І тільки 4 % українці мають високий рівень медіаграмотності. Тому робота над розвитком і популяризацією медіаосвіти й підвищення рівня медіакультури та медіаграмотності серед громадян у часи великої війни є критично необхідним фактором [1].

На жаль, Україна має регресивну вікову структуру населення, а це означає, що перевага старшого покоління гальмує швидку цифровізацію та диджиталізацію, внаслідок вікових особливостей. У той же час медіаосвіта в західних країнах зосереджена на створенні критичного мислення особисті. Історичні події, економічна ситуація та політика держави впливають на розвиток медіаосвіти у всьому світі.

Мережа інтернет стала потужним чинником ураження. А правова база України поки що не готова до таких загроз і потребує змін та розробки нових ефективних дій. У нинішній ситуації Україні необхідно розвивати медіаосвіту, щоб протистояти країні-агресору і захистити інформаційний фронт. Важливо зазначити, що медіаосвіта та високий рівень медіаграмотності є ключовими елементами інформаційної безпеки в Україні. Медіаосвіта на індивідуальному рівні допомагає соціалізації та цифровізації, самовираженню та критичному мисленню, а також протидії дезінформації. На державному рівні медіаосвіта сприяє виховуванню патріотизму в глобальному масштабі, просуванню національних цінностей і культури, формуванню української ідентичності та протистоянню країні-агресору на інформаційному фронті. На глобальному рівні медіаосвіта сприяє розвитку світової демократії, глобалізації та міжнародного співробітництва. З усього вищесказаного, можна зробити висновок, що медіаграмотність сьогодні є важливою навичкою людини як в Україні, так і в суспільстві загалом. Для демократичної та прогресивної держави важливо, щоб її громадяни були медіаграмотними, вміли критично мислити, протистояти дезінформації й відрізнити пропаганду, фейків.

У XXI столітті життєво необхідно, щоб люди були обізнаними з медіа та вміли критично мислити та правильно споживати інформацію. Медіаосвіта в Україні є важливим напрямком розвитку демократичної держави, оскільки вона дає людям можливість самозахисту та навчає критично сприймати інформацію. Воєнні дії в Україні та інші загрози національній безпеці підкреслюють важли-

вість медіаграмотності населення для боротьби на інформаційному фронті. Сьогодні ми живемо в так звану цифрову епоху, тому кожному важливо розвиватися разом із тенденціями інформаційно-комунікативних технологій, щоб правильно розуміти, що поширюється. Кожне повідомлення впливає на споживача інформації та формує його сприйняття, поведінку та вибір. Також можуть виникнути нові загрози для держави, якщо медіаосвіта не буде запроваджена та регулюватися на державному рівні.

### **Список використаних джерел**

1. Медіаграмотність як базова навичка: де та як підвищувати свій рівень? URL: <https://osvitoria.media/opinions/mediagramotnist-yak-bazova-navychka-de-ta-yak-pidvyshhuvaty-svij-riven/>

2. Найдьонова Л. А. Концепція впровадження медіаосвіти в Україні (нова редакція) / Л. А. Найдьонова, М. М. Слюсаревський. Інститут соціальної та політичної психології НАПН України – Київ, 206. URL: <https://mediaosvita.org.ua/wp-content/uploads/206/>

3. Плахта Д. Чому важливо бути медіаграмотним або Як виробляти у собі інформаційну «іммунну систему». URL: <https://day.kyiv.ua/uk/blog/suspilstvo/chomu-vazhlyvo-buty-mediagramotnym>

4. Портал «Медіаосвіта і медіаграмотність». URL: <https://media-literacy.org.ua/>

### **PR-МАРКЕТИНГ І ГРОМАДСЬКА ДУМКА: ВПЛИВ ТА СТРАТЕГІЇ**

**СКИБА М.,**

здобувач вищої освіти, факультет торгівлі та маркетингу,  
Державний торговельного-економічний університет, Україна

Сьогодні значення громадської думки неможливо недооцінити. Вона стала важливим фактором, що впливає на ухвалення споживчих рішень та довіру до бренду. Формування громадської думки сьогодні перетворилося на окрему науку, яка займається згладжуванням соціальної напруженості, нормалізацією взаємин між різними суб'єктами.

Основна мета PR-маркетингу зводиться до створення позитивного іміджу компанії в очах людей, ЗМІ, споживачів товарів чи послуг компанії. [4] Якщо з якихось причин імідж компанії залишає