

**Козак В. А.,**

*кандидат філологічних наук,  
старший викладач кафедри слов'янської філології і журналістики  
Навчально-наукового інституту філології та журналістики  
Таврійського національного університету імені В. І. Вернадського*

**Харькова А.,**

*магістрант першого року навчання  
Навчально-наукового інституту журналістики, кіно і телебачення  
Київського міжнародного університету*

**Штагер Е.,**

*магістрант першого року навчання  
Навчально-наукового інституту журналістики, кіно і телебачення  
Київського міжнародного університету*

## **ОСОБЛИВОСТІ РОЗВИТКУ МЕДІАОСВІТИ В УКРАЇНІ**

Фундаментальна підготовка медіафахівців розширюється не тільки завдяки упровадженню в освітній процес основ природничо-наукових знань, культурології. Важливу роль у розвитку якісної журналістики відіграють громадські, незалежні, позаурядові організації, які виступають своєрідними посередниками в інформаційному просторі між ЗМІ та масовою аудиторією. «В Україні медіаосвіта зі сфери зацікавлення вузьких спеціалістів та ентузіастів під тиском сучасних викликів, передусім війни та пропаганди, перетворилася на необхідну для широкого загалу діяльність. Велике значення громадського сектору у розвитку медіаосвіти – позитивна тенденція для України. І хоча це не унікальне явище у світовому контексті, адже у багатьох країнах проекти з медіаграмотності реалізують також громадські організації, проте в Україні громадський сектор відіграє провідну роль у становленні і розвитку медіаграмотності населення» [7].

З одного боку, громадські організації сприяють поширенню європейських стандартів журналістики, аналізують інформаційне середовище, допомагають медійним працівникам підвищувати кваліфікацію, а з іншого – це медіаосвітні майданчики, що якісно й доступно інформують і навчають суспільство. Серед таких

виокремлюємо: Інститут масової інформації, Інститут розвитку регіональної преси, Академія української преси, ГО «Детектор медіа», Інститут демократії ім. Пилипа Орлика (ІДПО), Комісія з журналістської етики, Міжнародна благодійна організація «Український освітній центр реформ», «Інтерньюз-Україна» тощо.

Громадські організації за сприяння іноземних партнерів допомагають розвивати медіаосвіту в умовах війни: займаються публікацією власних чи перекладних видань, проводять курси і тренінги, вебінари, що покликані допомогти як журналістам-початківцям, так і фахівцям із досвідом набути практичних навичок роботи в умовах воєнного стану.

Неурядова незалежна організація «Академія Української преси» (АУП) є одним із найпотужніших центрів, що впроваджує медіаосвіту в Україні, займається перепідготовкою журналістів та медіапедагогів, залучає студентську молодь до участі у вебінарах, семінарах, літніх школах, тренінгових програмах з медіаграмотності, впроваджує медіаосвіту як важливий складник системи освіти України. Серед видів діяльності АУП «надання тренінгових та консультативних послуг для викладачів вищої та середньої школи, які впроваджують медіаосвіту; громадське представництво та лобювання медіаосвіти в Україні; випуск та поширення публікацій у сфері масової комунікації та журналістики; проведення інформаційних кампаній на основі даних моніторингу медіа; проведення досліджень медіа та медіаситуації; надання тренінгових послуг журналістам та медіа; громадське представництво світових стандартів журналістики в українській медіаспільноті» [7].

«Інститут розвитку регіональної преси» (ІРПП) – ще одна неприбуткова громадська організація, сфера діяльності якої охоплює навчання журналістів, створює та підтримує додаткові освітні та інформаційні ресурси для медіа, надає навчальну та ресурсну підтримку журналістам-розслідувачам в Україні. Залучення студентів-журналістів до заходів, організованих ІРПП, сприяє формування особистості фахівців, максимально зосереджених на практичному аспекті роботи ще під час навчання в закладі освіти. Важливим аспектом роботи ІРПП є обмін інформацією і досвідом між медіафахівцями не тільки в Україні, а й за кордоном, організація стажувань і навчальних поїздок.

Серед напрямків роботи громадської організації «Інтерньюз» – навчання основам журналістики, медіаправу та медіабізнесу, підтримка журналістських розслідувань, навчальні візити, боротьба з пропагандою та дезінформацією, протидія цифровим загрозам. Реалізація означеного відбувається під час конференцій, круглих столів, прес-брифінгів, прес-турів, флешмобів, хакатонів тощо. Організація активно проводить тренінги з журналістики, кризових, зовнішніх та внутрішніх комунікацій, нових медіа та онлайн-комунікацій, забезпечує контентом онлайн-курси та платформи для освіти.

Цільова аудиторія АУП, ІРРП, ІМІ, Інтерньюз – не тільки журналісти центральних та регіональних медіа, а й пересічні споживачі інформації, а також студенти, які опановують журналістський фах. Неодноразово згадані громадські організації слугували своєрідним посередником між студентом, який прагне практичного досвіду, та світом медіа, котрий не завжди радо зустрічає недосвідчених фахівців. Залучення студентів, які опановують професію журналіста, до роботи в медіа вже під час навчання в закладі освіти у форматі практики чи стажування – актуальна проблема, особливо в умовах воєнного стану.

Війна активізувала медіаосвітній процес в Україні, а водночас зумовила посилення ролі і впливу громадських організацій. Закладам освіти, у яких здійснюється підготовка фахівців у галузі журналістики, варто максимально використовувати можливості співпраці з громадськими організаціями як такими, що розширюють можливості навчання, допомагають на практиці вдосконалювати академічну освіту.

#### **Список використаних джерел:**

1. Академія української преси. URL : <http://www.aup.com.ua> (дата звернення: 20.11.2022).
2. Детектор медіа. URL : <https://detector.media/> (дата звернення: 20.11.2022).
3. Інститут демократії ім. Пилипа Орлика <https://idpo.org.ua/> (дата звернення: 20.11.2022).
4. Інститут масової інформації. URL : <http://imi.org.ua/stat/about/> (дата звернення: 20.11.2022).
5. Інститут розвитку регіональної преси. URL : <https://irrp.org.ua/> (дата звернення: 20.11.2022).
6. Інтерньюз-Україна. URL : <http://internews.ua/about/> (дата звернення: 20.11.2022).

7. Гарматій Ольга Громадський сектор як провідний гравець сучасного поля медіаосвітньої діяльності: URL : <https://www.researchgate.net/publication/341106230> (дата звернення: 20.11.2022).
8. Комісія з журналістської етики URL : <https://cje.org.ua/> (дата звернення: 20.11.2022).
9. Шпак Віктор Історія створення та функціонування громадських організацій України у видавничій сфері <https://social-science.uu.edu.ua/article/1107> (дата звернення: 20.11.2022).

**DOI <https://doi.org/10.36059/978-966-397-275-6-10>**

**Коломієць А. В.,**

*магістрантка Навчально-наукового інституту культури і мистецтв  
Луганського національного університету імені Тараса Шевченка*

### **АДВЕРТОРІАЛ ЯК РІЗНОВИД ДЖИНСИ**

Медіаексперти відзначають стрімке зростання кількості замовних матеріалів в українських засобах масової комунікації. Терміном «джинса» в Україні позначають матеріали з ознаками замовлення: це інформаційні повідомлення або ж статті, котрі просувають чийсь політичні чи економічні інтереси без позначки «реклама». У Європі джинсу називають крипторекламою, проте там це явище не надто поширене і стосується переважно товарів та послуг.

Із практичної точки зору здійснення систематизації характерних особливостей іміджевої джинси та обґрунтування її певних ознак (згідно з принципами та професійними стандартами журналістики на тлі посилення ролі медіаграмотності) є вкрай важливою проблемою.

На сьогодні науковий дискурс дослідження джинси обмежений окремими матеріалами на медіаресурсах для журналістів. Це статті О. Довженко, В. Сюмар, О. Голуб, Н. Лігачової та ін. Нині широкий спектр досліджень із регіональної джинси здійснюють представники Інституту масової інформації в різних областях, за даними яких можна прослідкувати певні ознаки замовних матеріалів в українських засобах масової комунікації. Це дає беззаперечні фундаментальні, теоретико-методологічні засади для розробки, обґрунтування та систематизації цих