

Надійність роботи з контентом ІАЦ забезпечується багаторівневою системою захисту, що включає поглиблену верифікацію суб'єктів, двофакторну автентифікацію та застосування ізольованих ШІ-моделей, що мінімізує вразливість до кібератак.

DOI <https://doi.org/10.36059/978-966-397-606-8-2>

ІННОВАЦІЙНА МОДЕЛЬ ФОРМУВАННЯ МЕДІАГРАМОТНОСТІ В ХОДІ ПІДГОТОВКИ ФАХІВЦІВ БІБЛОТЕЧНОЇ, ІНФОРМАЦІЙНОЇ ТА АРХІВНОЇ СПРАВИ

Бабенко Жанна Валентинівна

*старший викладач кафедри документальних комунікацій
та менеджменту*

*Рівненський державний гуманітарний університет
м. Рівне, Україна*

Глобалізація та цифровізація інформаційного простору, постійне збільшення обсягів інформації, активний розвиток соціальних медіа та сучасного інформаційно-технологічного інструментарію актуалізують проблематику формування медіаграмотності споживачів інформації. Значущість дослідження цього питання підвищується в контексті формування інформаційної безпеки держави, боротьби з пропагандою, дезінформацією та захистом користувачів від маніпулятивних впливів на тлі війни в Україні.

Питання медіаграмотності та медіаосвіти знаходяться в фокусі уваги багатьох дослідників. Зміст поняття «медіаграмотність» визначається, передусім, матеріалами Всесвітньої організації ЮНЕСКО [1-3]. Прикладні аспекти медіаграмотності вивчалися Л. Кравченко, І. Ливиненком, О. Олійник та Ю Горбанем, Л. Писаренко, С. Руцьким та іншими фахівцями. Означена проблематика розробляється, передусім, в царинах журналістики та освітньої галузі. З огляду на концептуальні положення ЮНЕСКО про медіа та інформаційну грамотність (MIL – Media and Information Literacy) вважаємо за доцільне розглядати ці поняття як взаємопов'язані елементи більш широкого в семантичному сенсі поняття «інформаційна культура». Формування інформаційної культури суспільства традиційно є одним з важливих напрямків діяльності інформаційних інституцій різних типів. В цьому контексті набуває актуальності питання формування знань та навиків

медіаграмотності в ході підготовки закладами вищої освіти фахівців спеціальності «Бібліотечна, інформаційна та архівна справа».

Метою дослідження є аналіз інноваційної моделі формування медіаграмотності у здобувачів освіти вказаної спеціальності в Рівненському державному гуманітарному університеті (РДГУ).

Однією з вибіркових компонент навчального плану підготовки магістра за освітньо-професійною програмою «Документознавство та інформаційна діяльність» спеціальності В 13 «Бібліотечна, інформаційна та архівна справа» є дисципліна «Формування медіаграмотності в інформаційних структурах». В межах цього навчального курсу здобувачі опановують комплекс знань, вмінь та практичних навичок, які забезпечують їх компетентностями, необхідними для розвитку медіаграмотності у користувачів інформаційних інституцій різних типів. Зокрема, це знання, щодо особливостей сучасного інформаційно-комунікаційного простору та медіа як компоненти цього простору, специфіки продукування та поширення медіа-контенту засобами сучасних інформаційно-технологічних іструментів (включно з ШІ) тощо. Головна увага зосереджується на формуванні вмінь та практичних навичок, що забезпечують можливість здійснювати ефективний пошук, критичний аналіз, оцінку, засвоєння, етичне використання, продукування та поширення медіа-контенту.

В процесі опанування означеної навчальної дисципліни здобувачі освіти засвоюють так звану модель «медіакомпетентного кліку». Її підгрунття складає концепція усвідомленого виробництва, використання та поширення контенту в насиченому алгоритмами, пропагандою, дезінформацією та маніпуляціями медіасередовищі. Модель розроблена на підставі аналізу та узагальнення сучасних практик провідних європейських медіа і включає когнітивний, операційний та рефлексивно-етичний рівні.

Когнітивний рівень передбачає засвоєння студентами знань про сучасне інформаційно-комунікаційне середовище, види медіа та формати медіатекстів, їхні жанрові особливості, механізми медіаманіпуляцій, логіку роботи алгоритмів рекомендацій і особливості різних типів джерел інформації. Цей рівень запропонованої моделі базується на розумінні інформаційного потоку, який бачить користувач, як результату роботи алгоритмів і бізнес-моделей платформ. У здобувачів освіти формуються знання про типологію джерел інформації. Зокрема, вони вчаться розрізняти офіційні канали, професійні медіа, платформи користувацького контенту, анонімні телеграм-канали, псевдоновинні сайти і потенційно обирати різні сценарії взаємодії з їхнім контентом. Цей рівень пов'язаний із розвитком

навичок критичного сприйняття інформації, що є наріжним каменем у документах ЮНЕСКО з питань МІЛ.

Операційний рівень моделі переводить знання в практичну площину. Його можна умовно описати як «мінімальний алгоритм поведінки» користувача в процесі взаємодії з новим медіаконтентом чи посиланням. Студенти вчать взаємодії з інформацією (кліку), аналізу джерел, формулювання заголовка, наявності маркування (реклама, політичний контент, чутливі матеріали), логічної відповідності заголовка й короткого опису. Наступна ланка операційного рівня полягає в опануванні користувачем навичок співставлення при перегляді контенту фактичних тверджень з джерелами, на які посилається автор, зосередження уваги на коментарях експертів, наявності посилань на офіційні документи тощо. Після прочитання або перегляду приймається остаточне рішення щодо подальшого зберігання, поширення, коментування контенту тощо. Саме перевірка, зіставлення, відмова від поширення сумнівного контенту слугують ядром критеріїв для оцінки рівня медіаграмотності, згідно з документами ЮНЕСКО та провідних європейських інституцій. Модель «медіакомпетентного кліку» конкретизує цей аспект, роблячи акцент не на абстрактних «уміннях аналізувати», а на чітких кроках користувача до, під час і після взаємодії з повідомленням.

Рефлексивно-етичний рівень моделі виходить за межі технічних навичок і знань. Він пов'язаний із внутрішньою позицією людини щодо власної інформаційної поведінки та її впливу на інших. На цьому рівні користувач не лише аналізує зміст і форму повідомлення, а й ставить питання про ціннісні орієнтири: чи відповідає поширення конкретного матеріалу його уявленню про відповідальну комунікацію, чи не шкодить він іншим, підсилюючи мову ворожнечі, дискримінацію, стигматизацію вразливих груп. Цей рівень передбачає формування етичної відповідальності за те, які саме наративи ми підтримуємо своєю активністю у мережі (репостом, вподобайкою, коментарем).

У документах ЮНЕСКО МІЛ розглядається як здатність не лише критично сприймати інформацію, а й використовувати медіа для соціально відповідальної участі в житті громади, підтримки прав людини, культури діалогу. На цьому тлі медіакомпетентний клік можна розглядати як конкретний прояв етичної позиції – користувач свідомо не поширює матеріали, які розпалюють ненависть чи підривають довіру без достатніх підстав, і, навпаки, підтримує ресурси, що дотримуються професійних стандартів і прозорих практик фактчекінгу. Рефлексивно-етичний рівень також включає формування готовності визнавати власні помилки щодо поширеної інформації, наприклад, шляхом публічного спростування чи уточнення даних.

Практики європейських медіакомпаній засвідчують, що усі три рівні моделі можуть бути підтримані не лише індивідуальними зусиллями користувачів, а й інституційними рішеннями. Дослідження й аналітичні огляди, зокрема в рамках ініціатив ЮНЕСКО та європейських проєктів з медіаграмотності, підтверджують, що медіа здатні працювати як «каталізатори» когнітивних, операційних та етичних змін у поведінці аудиторії. Когнітивний рівень підтримується через пояснювальні формати та відкритість редакційних практик. Частина європейських редакцій систематично публікує матеріали, які пояснюють, як працює фактчекінг, звідки беруться дані для розслідувань, як перевіряються джерела. Операційний рівень відображається в інтерфейсних рішеннях і форматах взаємодії з контентом. Наприклад, деякі платформи й медіа впроваджують попередження перед поширенням матеріалу (користувачеві пропонується спочатку прочитати текст, а вже потім ділитися ним); інші – маркують перевірений контент, додають помітні позначки до рекламних і політичних повідомлень, впроваджують інтерактивні фактчек-вікторини.

Рефлексивно-етичний рівень підтримується через редакційні політики й публічні дискусії. Європейські медіа, які позиціонують себе як відповідальні, відкрито проговорюють власні цінності. Крім того, частина медіапроєктів створює спеціальні рубрики й кампанії, присвячені рекомендаціям, як не піддаватися дезінформації, як поводитися в мережі, щоб не шкодити іншим. Такі ініціативи допомагають аудиторії усвідомити, що кожен клік має етичний вимір і що відповідальність за стан інформаційного простору є спільною.

Таким чином, трирівнева модель «медіакомпетентного кліку» узагальнює вже наявні тенденції, зокрема, акцент на когнітивних компетентностях у документах ЮНЕСКО, увагу до поведінкових аспектів у європейській політиці медіаграмотності, розгортання практичних інструментів у роботі медіа й платформ. Інтеграція цієї моделі в освітню практику дозволяє точніше описати, що саме ми очікуємо від «медіаграмотного» споживача інформації та які кроки можуть зробити освітні та інформаційні установи, щоб підтримати формування такої поведінки.

Література:

1. ЮНЕСКО опублікувала п'ять принципів медійної та інформаційної грамотності. URL: http://www.osvita.mediasapiens.ua/mediaprovita/mediaosvita/yunesko_opublikovala_pyat_printsipiv_mediynoi_ta_informatsiynoi_gramotnosti/.

2. UNESCO. Global Media and Information Literacy (MIL) Assessment Framework: Country Readiness and Competencies. URL: <https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000224655>.

3. UNESCO. Media and Information Literacy Curriculum – E-version. URL: <https://www.unesco.org/mil4teachers/en/curriculum>
<https://www.unesco.org/mil4teachers/en/curriculum>.

DOI <https://doi.org/10.36059/978-966-397-606-8-3>

СИНЕРГІЯ МАРКЕТИНГОВИХ ІНСТРУМЕНТІВ ТА АНАЛІТИКИ У ФОРМУВАННІ КОНКУРЕНТНИХ ПЕРЕВАГ ПІДПРИЄМСТВ ЦЕМЕНТНОЇ ГАЛУЗІ УКРАЇНИ

Бенчук Сергій Олександрович

<https://orcid.org/0009-0008-8152-6843>

здобувач третього (освітньо-наукового)

рівня вищої освіти спеціальності

Рівненський державний гуманітарний університет

м. Рівне, Україна

Сучасний етап розвитку економіки України характеризується значними трансформаційними процесами, зумовленими як внутрішніми структурними змінами, так і зовнішніми викликами, зокрема повномасштабною війною, порушенням логістичних ланцюгів, енергетичною нестабільністю та необхідністю масштабної післявоєнної відбудови. У цих умовах особливої актуальності набуває забезпечення ефективного функціонування стратегічно важливих галузей, до яких належить цементна промисловість.

Цементна галузь є базовою складовою будівельного комплексу та відіграє ключову роль у процесах відновлення інфраструктури. За даними Асоціації виробників цементу України «Укрцемент», у 2025 році підприємствами галузі було вироблено 8,53 млн тонн цементу, що на 7,6% більше порівняно з попереднім роком, проте на 22,5% менше рівня довоєнного 2021 року [1]. Це свідчить про поступове відновлення ринку, однак із збереженням значного розриву від потенційних можливостей.

У 2026 році спостерігається певне погіршення динаміки: за січень–березень виробництво цементу становило 1,20 млн тонн, що на 24,6% менше порівняно з аналогічним періодом попереднього року [2]. Водночас виробництво клінкеру скоротилося на 23,1% і становило