

Синиця Антон Віталійович

аспірант четвертого року навчання

кафедра соціальної освіти та соціальної роботи

Український державний університет ім. Михайла Драгоманова, м. Київ, Україна

a.v.synitsia@npu.edu.ua

<http://orcid.org/0009-0008-8543-8090>

МЕДІАКОМУНІКАТИВНА КОМПЕТЕНТНІСТЬ СОЦІАЛЬНИХ ПРАЦІВНИКІВ: ЗАРУБІЖНИЙ ТА УКРАЇНСЬКИЙ ДОСВІД ФОРМУВАННЯ

Анотація. Розглядається проблема формування медіакомунікативної компетентності соціальних працівників у контексті зростання ролі мас-медіа в сучасному суспільстві. Метою дослідження є аналіз теоретичних підходів і узагальнення зарубіжного та українського досвіду формування зазначеної компетентності. Застосовано методи аналізу наукової літератури, порівняння освітніх практик і систематизації результатів. Окреслено, що ефективна взаємодія з медіа є важливим інструментом підвищення довіри до соціальної сфери, забезпечення прозорості діяльності соціальних служб та інформування населення про програми й послуги. Встановлено, що зарубіжний досвід орієнтований на інтеграцію медіаграмотності та медіаадвокації у підготовку соціальних працівників, тоді як в Україні процес перебуває на етапі становлення, проте вже демонструє позитивну динаміку через упровадження освітніх програм і партнерських проєктів з медіа.

Ключові слова: медіакомунікативна компетентність, соціальні працівники, мас-медіа, соціальна робота.

Вступ. Масові медіа є потужним інструментом соціальної комунікації, що суттєво впливає на формування громадської думки, культурних норм та світогляду суспільства. Для сфери соціальної роботи ефективна взаємодія з мас-медіа набуває дедалі більшого значення, адже саме через медіа соціальні працівники можуть поширювати інформацію про соціальні програми, привертати увагу до проблем вразливих груп населення та мобілізувати ресурси громади для їх вирішення. Взаємодія соціальних працівників з медіа виконує дві ключові функції: з одного боку, вона сприяє підвищенню обізнаності громадськості щодо діяльності соціальних служб і таким чином формує позитивний імідж соціальної роботи, з іншого – дозволяє самим соціальним працівникам впливати на суспільний дискурс, адвокатувати інтереси клієнтів та залучати підтримку на рівні політики та громади.

Незважаючи на очевидну важливість медіакомунікації, традиційно підготовка соціальних працівників була більше зосереджена на міжособистісних навичках роботи з клієнтом, тоді як аспекти співпраці із засобами масової інформації залишалися поза достатньою увагою освітніх програм. Навчальні плани соціальної роботи мало уваги приділяють медіаграмотності та вмінням публічно висвітлювати соціальні проблеми. Відсутність цих навичок призводить до того, що діяльність соціальних служб може бути неправильно зрозуміла або недооцінена суспільством. Ба більше, негативне чи викривлене висвітлення у ЗМІ підриває довіру громадськості до соціальних служб. Отже, актуальність формування навичок ефективної соціальної комунікації зі ЗМІ для соціальних працівників є незаперечною.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Проблема взаємодії соціальної роботи та мас-медіа послідовно виходить у фокус наукових розвідок. Зарубіжні праці підкреслюють, що формування в майбутніх соціальних працівників медіаграмотності та медіаадвокаційних умінь є необхідною передумовою результативної публічної комунікації та впливу на суспільний дискурс [2]. Показово, що дослідження [1] демонструє зв'язок практики публікації матеріалів у медіа під час навчання з подальшою здатністю випускників інформувати громади та впливати на

формування соціальної політики

Окремий напрям становлять міжпрофесійні моделі навчання, де взаємодія соціальної роботи з журналістикою інтегрується у спільні освітні формати. Досвід Аотсєароа/Нової Зеландії свідчить, що кооперація факультетів соціальної роботи та журналістики сприяє підготовці «media-savvy» фахівців і підвищує якість висвітлення соціальної тематики у ЗМІ. Такі моделі відповідають запиту на системніші підходи до публічної комунікації соціальної сфери [2].

Український науково-освітній простір демонструє позитивну динаміку, однак ще перебуває на етапі інституціоналізації відповідних практик. Зокрема, фіксується поява спеціалізованих навчальних матеріалів і тренінгових модулів з медіакомунікації для соціальних працівників [4, с.150-158], а також професійні обговорення проблематики на наукових платформах [3]. Окремі дослідження описують комплекс заходів з формування комунікативних навичок для взаємодії зі ЗМІ на рівні підготовки та підвищення кваліфікації фахівців [5].

Теоретичне підґрунтя таких підходів забезпечують розвідки у галузі соціальних комунікацій, що уточнюють понятійний апарат і виділяють ключові компоненти комунікативної компетентності (когнітивний, діяльнісний, етико-ціннісний, рефлексивний) [7]. Водночас у більшості робіт бракує стандартизованих критеріїв та індикаторів оцінювання рівня сформованості медіакомунікативної компетентності на організаційному й індивідуальному рівнях, це окреслює дослідницьку «нішу» і пояснює потребу в адаптації та валідації інструментарію під українські умови [2].

Мета статті: проаналізувати теоретичні засади соціальної комунікації у соціальній роботі та узагальнити зарубіжні й вітчизняні підходи до формування навичок взаємодії соціальних працівників із мас-медіа. **Методи дослідження:** аналіз наукової літератури і публікацій, порівняння зарубіжного та українського досвіду, а також узагальнення рекомендацій щодо розвитку медіакомунікативних компетентностей соціальних працівників.

Виклад основного матеріалу. Для уточнення поняття «соціальна комунікація» звернімося до його загального визначення. Соціальна комунікація – це

процес обміну інформацією, ідеями та емоціями між людьми у соціумі. У контексті соціальної роботи соціальна комунікація охоплює взаємодію між соціальними працівниками і отримувачами послуг, а також між самими працівниками, суміжними фахівцями та іншими зацікавленими сторонами. Формування ефективної комунікації є ключовою умовою успішного виконання професійних завдань соціального працівника. Йдеться не лише про вміння слухати клієнта чи донести інформацію зрозумілою мовою, але й про здатність встановлювати довірчі стосунки, проявляти емпатію, враховувати соціокультурний контекст спілкування та адаптувати стилі комунікації до потреб аудиторії. В наукових працях відзначається багатогранність цього процесу: ефективна комунікація вимагає активного слухання, чіткості мовлення, розуміння невербальних сигналів і постійної рефлексії власної взаємодії з оточенням [5, с.12-14].

Особливим різновидом соціальної комунікації для фахівців соціальної сфери є комунікація із мас-медіа. Така взаємодія відрізняється від безпосереднього спілкування з клієнтом, оскільки передбачає роботу з широкою аудиторією опосередковано: через пресу, телебачення, радіо, інтернет-платформи тощо. Соціальні працівники, по суті, виступають суб'єктами масової комунікації, коли інформують суспільство про соціальні проблеми або доносять свою позицію з питань соціальної політики через медіа. З одного боку, вони стають джерелами контенту для ЗМІ (надають дані, історії, експертні коментарі), з іншого, вони і самі мають орієнтуватися у медіа-просторі, щоб відстежувати громадську думку, реагувати на інформаційні виклики та протидіяти можливим стереотипам чи хибним уявленням про свою діяльність [6].

Варто підкреслити, що професійна медіакомунікація вимагає від соціального працівника специфічних компетентностей. До них належать: розуміння принципів роботи медіа, знання основ журналістської етики і жанрів, навички публічних виступів і написання текстів для широкої аудиторії, медіаграмотність (вміння критично оцінювати інформацію, відрізнити факти від маніпуляцій), а також емоційна стійкість – готовність до відкритості та водночас до можливих негативних реакцій чи критики в публічному просторі. Таким чином, комунікативна компетентність соціального працівника у взаємодії зі ЗМІ має інтегративний характер, поєднуючи класичні навички міжособистісного спілкування з елементами журналістики, піару та цифрової грамотності [7, с.10-12].

Аналіз теоретичних підходів до соціальної комунікації показує, що у сучасному інформаційному суспільстві соціальні працівники повинні розглядати взаємодію з мас-медіа як невід'ємну складову своєї професійної діяльності. Це підтверджується тим, що ефективна робота із ЗМІ має множинний позитивний ефект: підвищує прозорість і підзвітність соціальних служб перед громадою, формує підтримку реформ у соціальній сфері, сприяє профілактиці соціальних проблем через просвітницькі кампанії, а також покращує статус професії соціального працівника в очах населення. Як зазначають вітчизняні фахівці, соціальна комунікація соціальних працівників з мас-медіа дозволяє поширювати інформацію про послуги та програми, підвищувати обізнаність населення щодо шляхів отримання допомоги і зрештою сформувати позитивний імідж соціальної роботи в суспільстві [3].

Узагальнюючи теоретичні засади, можна сказати, що готовність до взаємодії зі ЗМІ сьогодні виступає

однією з важливих професійних якостей соціального працівника.

У багатьох країнах світу накопичено значний досвід успішної співпраці соціальної роботи і медіа-сектору. Зарубіжний досвід часто характеризується високим рівнем інноваційності та використанням передових технологій у медіа-комунікаціях. Наприклад, у країнах Західної Європи та Північної Америки соціальні служби активно присутні в соціальних мережах, мають власні прес-служби або PR-відділи, які займаються освітленням їхньої діяльності. Соціальні працівники беруть участь у медіа-тренінгах, де опановують навички написання прес-релізів, проведення інтерв'ю, публічних виступів та кризової комунікації. У Великій Британії та США професійні асоціації соціальних працівників розробили рекомендації щодо взаємодії з медіа, які включають етичні стандарти і поради для фахівців при спілкуванні з пресою. Зокрема, наголошується на важливості захисту конфіденційності клієнтів і водночас максимальній відкритості щодо роботи агенцій – щоб суспільство мало реалістичне уявлення про виклики і успіхи соціальної роботи [7, с.13].

Вартий уваги приклад Нової Зеландії, де для подолання бар'єрів між соціальною роботою та журналістикою застосували міждисциплінарний підхід. Як було зазначено, у тамтешніх університетах реалізовано проекти спільного навчання студентів соціальної роботи і журналістики, результатом чого стало формування покоління "media-savvy" соціальних працівників - спеціалістів, обізнаних у механізмах роботи ЗМІ. Ці соціальні працівники здатні налагодити продуктивний діалог з репортерами, подати інформацію у привабливій для мас-медіа формі і таким чином забезпечити ширше висвітлення соціальних проблем. Одночасно журналісти, беручи участь у таких програмах, підвищують свою обізнаність щодо соціальної проблематики та етики висвітлення вразливих тем. Подібні освітні інновації закладають основу для стратегічного партнерства: соціальні працівники і медійники починають сприймати одне одного як союзників у справі соціальної підтримки населення, а не як сторони, що традиційно не довіряють одна одній.

Ще одним напрямом зарубіжної практики є інтеграція медіаграмотності у підготовку соціальних працівників. В університетах США, Канади, Австралії все частіше вводяться дисципліни, присвячені медіації, медіа-адвокації та цифровим комунікаціям. Як показує досвід, випускники таких програм більш впевнено почуваються при взаємодії з пресою та онлайн-аудиторією. Наприклад, у США створено спеціальні навчальні ресурси для студентів соціальної роботи, що дозволяють розвивати практичні навички роботи з інформаційними каналами. Зокрема, Toolkit з медіаграмотності та медіаадвокації для соціальних працівників, розроблений Університетом Буффало, вчить студентів критично оцінювати медіа-контент і самим створювати матеріали, які б спростовували хибні уявлення і просували соціальні зміни. Такий підхід довів ефективність: молоді фахівці, що набули досвіду публікацій в медіа під час навчання, потім успішніше налагоджують інформаційну діяльність на робочому місці та активно залучаються до суспільних дискусій з питань соціальної політики [4, с.5-9].

В Україні розуміння важливості медійної компетентності соціальних працівників також поступово зростає. Хоча поки що взаємодія соціальної сфери із мас-медіа не є системною на всіх рівнях, можна навести приклади прогресивних практик. Зокрема,

деякі великі центри соціальних служб та благодійні фонди мають у своєму штаті фахівців із зв'язків з громадськістю, які допомагають організовувати прес-конференції, готувати новини про діяльність організації, підтримувати сторінки в соцмережах. Соціальні працівники, які працюють у таких структурах, залучаються до медіа-заходів і тим самим вдосконалюють свої комунікативні навички.

Позитивним прикладом є співпраця соціальних працівників з журналістами на місцевому рівні. В окремих громадах налагоджено партнерство з регіональними медіа: соціальні служби регулярно надають газетам і телеканалам інформаційні приводи - історії успіху клієнтів, огляди соціальних проєктів, коментарі експертів щодо актуальних соціальних проблем. Це сприяє формуванню довіри між сторонами та більш збалансованому висвітленню соціальної тематики. Науковці відзначають, що соціальні працівники мають "встановлювати контакти з журналістами та іншими представниками мас-медіа, щоб забезпечити ефективну комунікацію" [2, с.43-48]. Українські реалії воєнного часу також показали важливість присутності соціальних служб в інформаційному полі - оперативне інформування населення про доступні послуги для переселенців, постраждалих, ветеранів відбувається через офіційні сайти, соціальні мережі, телеграм-канали тощо. Соціальні працівники вимушено опановують нові формати спілкування з аудиторією, стаючи більш медіаграмотними та технічно підкованими.

В освітньому просторі України почали з'являтися курси, спрямовані на розвиток комунікаційних навичок у майбутніх соціальних працівників. Показовим прикладом є навчальний посібник «Медіапрактики у соціальній роботі», що засвідчує інституціоналізацію цієї тематики [4, с.150-158]. В деяких ЗВО впроваджуються тренінги з публічного виступу, написання аналітичних статей, використання соціальних мереж для професійних цілей. Важливо, щоб такі ініціативи набули системного характеру.

Зарубіжний досвід інтеграції медіаосвіти показує, що українській соціальній сфері доцільно переймати найкращі практики. Зокрема, корисним було б: 1. розробити стандартизований модуль медіаграмотності у підготовці соціальних працівників; 2. налагодити стажування студентів чи фахівців у медіа-організаціях для обміну досвідом; 3. активніше залучати ЗМІ до висвітлення позитивних результатів соціальної роботи, аби протистояти однобічно негативним сюжетам.

В рамках дисертаційних досліджень останніх років в Україні були запропоновані конкретні програми формування комунікативних навичок соціальних працівників через взаємодію з мас-медіа. Узагальнення цих напрацювань дозволяє виокремити низку ключових напрямів підготовки фахівців до ефективної співпраці зі ЗМІ.

По-перше, важливим є усвідомлення ролі мас-медіа у сучасному суспільстві та розуміння їхнього впливу на громадську думку. Ознайомлення з медіа-ландшафтом, форматами та аудиторіями різних каналів допомагає обрати найбільш адекватні стратегії комунікації.

По-друге, соціальні працівники мають навчатися налагоджувати партнерські відносини з журналістами, редакторами та блогерами. Особиста довіра й професійні контакти полегшують донесення необхідної інформації, а знання специфіки журналістської роботи забезпечує коректність та своєчасність подання даних.

По-третє, необхідно формувати навички підго-

товки публічної інформації - від чітких прес-релізів до роз'яснювальних матеріалів, історій успіху чи аналітичних статей. Такі вміння допомагають соціальним працівникам професійно представляти діяльність організацій у різних форматах.

Важливою складовою є й професійна поведінка під час інтерв'ю та публічних виступів, що потребує розвитку ораторських навичок і впевненості у взаємодії з широкою аудиторією. Допомагають у цьому медіатренінги, моделювання інтерв'ю та участь у публічних заходах. Не менш значущими залишаються етичні стандарти та формування позитивного іміджу професії. Соціальний працівник має чітко дотримуватися конфіденційності, коректності та гуманістичних принципів.

Сучасні підходи також передбачають активне використання цифрових платформ і соціальних мереж. Це дозволяє швидко поширювати інформацію, охоплювати молодшу аудиторію та налагоджувати інтерактивний зв'язок із громадськістю [1].

Ефективність роботи підсилює співпраця з комунікаційними підрозділами та фахівцями з PR, що забезпечує цілісність інформаційної політики організації. Важливим елементом стає і систематичний моніторинг інформаційного простору, аналіз реакцій аудиторії та коригування стратегій відповідно до отриманих відгуків.

Завершальним етапом є розробка цілісної комунікаційної стратегії на рівні організації, яка визначає цілі, меседжі, цільові групи та канали поширення інформації. Такий підхід робить діяльність соціальних служб проактивною і дозволяє уникати реагування лише у кризових умовах.

В українському контексті важливо враховувати і нинішні виклики: зростання ролі соціальних мереж, поява нових форматів контенту (подкасти, стріми), інформаційні війни та пропагандистські впливи. Все це вимагає від соціальних працівників гнучкості і критичного мислення [1]. Інтеграція найкращих зарубіжних напрацювань - таких як технології медіаадвокації, стандарти етики висвітлення соціальних проблем, сучасні ІКТ - разом із урахуванням локальних особливостей здатна суттєво підвищити ефективність соціальної роботи. Досвід показує, що комунікація з мас-медіа може стати потужним ресурсом розвитку соціальної сфери, якщо ставитися до неї професійно та стратегічно.

Висновки. Отже, соціальна комунікація працівників соціальної сфери у взаємодії з мас-медіа - це комплексний процес, який потребує спеціальних знань і вмінь. Теоретичний аналіз підтверджує, що ефективна комунікація з громадськістю через ЗМІ є невід'ємною умовою успішної діяльності соціальних служб у сучасному інформаційному суспільстві. Практичний досвід зарубіжних країн демонструє численні вигоди від активної співпраці соціальних працівників з медіа: підвищується прозорість і довіра, суспільство краще розуміє роль соціальної роботи, а самі працівники отримують підтримку у вирішенні соціальних проблем. Український досвід наразі тільки формується у цьому напрямі, але вже існують прогресивні ініціативи та запозичуються кращі практики. Інтеграція зарубіжного та вітчизняного досвіду використання мас-медіа у соціальній роботі може принести значні переваги, особливо в умовах масштабних соціальних викликів. Для успішного формування навичок медіакомунікації у соціальних працівників необхідно впроваджувати цілісні програми навчання, які поєднують теоретичні знання з практичними вправами та стажуванням. Доцільним є розроблення навчальних модулів з основ

журналістики та PR для студентів спеціальності «Соціальна робота», а також організація тренінгів для вже практикуючих фахівців. Важливо продовжити дослідження у цьому напрямі – зокрема, визначити критерії та показники сформованості комунікативних навичок у працівників соціальної сфери для взаємодії з мас-медіа. Подальші наукові розвідки можуть включати емпіричне оцінювання рівня медіаграмотності соціальних працівників, вивчення бар'єрів, що заважають ефективній співпраці зі ЗМІ, та експериментальну перевірку різних моделей навчання (наприклад, міждисциплінарних курсів чи рольових ігор з імітацією роботи редакції). Можна зазначити, що формування навичок соціальної комунікації у взаємодії з мас-медіа - це інвестиція у розвиток соціальної роботи як професії. Соціальний

працівник, озброєний знаннями про медіа та вміючи професійно комунікувати, здатен істотно розширити межі своєї діяльності: від індивідуальної допомоги клієнту - до впливу на громадську думку і соціальну політику. Ефективна взаємодія з мас-медіа підвищує видимість соціальних проблем, сприяє мобілізації ресурсів та формує позитивний імідж соціальної сфери. У нинішніх умовах українського суспільства, що переживає як внутрішні трансформації, так і зовнішні виклики, роль соціальних працівників як комунікаторів та просвітників тільки зростатиме. Це визначає перспективу подальших досліджень і практичних дій, спрямованих на підготовку нового покоління фахівців - компетентних не лише у своїй предметній галузі, але й у мистецтві донесення свого голосу до мільйонів через різні канали комунікації.

Конфлікт інтересів. Авторі підтверджують відсутність фінансових, особистих чи інших інтересів, що можуть розглядатися як потенційний конфлікт інтересів щодо публікації цієї статті.

Фінансування. Робота виконана за відсутності фінансової підтримки з боку будь-яких організацій.

Доступність даних. Це теоретичне дослідження не передбачає використання додаткових наборів даних.

Використання штучного інтелекту. Інструменти штучного інтелекту не використовувались при написанні цієї роботи.

Список використаної літератури

1. Chitat O., Chang T., Sage M. Media literacy and social work education. Buffalo: University at Buffalo School of Social Work, 2020. P.110–116.
2. Stanfield D., Beddoe L. Social work and the media: A collaborative challenge. *Aotearoa New Zealand Social Work*. 2013. Vol. 25, No. 4. P.41–51.
3. Матеріали круглого столу «Соціальні комунікації у сфері освіти та соціальної роботи» (29 квітня 2024 р., м.Харків). Харків: Харківський національний педагогічний університет імені Г.С. Сковороди; Інститут проблем виховання НАПН України, 2024. С.25–29.
4. Покуліта І.К., Колотило М.О. Медіапрактики у соціальній роботі: навч. посіб. Київ: НТУУ «КПІ», 2020. 180 с.
5. Синиця А.В. Характеристика процесу формування соціальної комунікації соціальних працівників. Партнерство з закладами освіти та соціальними інституціями в контексті соціально-педагогічної підтримки та супроводу дітей та молоді: матеріали III Всеукраїнського круглого столу (29 квітня 2024 р., м.Київ). Івано-Франківськ: НАІР, 2024. С.25–28.
6. Трофимюк Ю., Міхеєва О. Соціально-педагогічні умови формування культури міжетнічного спілкування студентів. Актуальні проблеми соціальної роботи та інклюзивної освіти в сучасних умовах: матеріали I всеукр. наук.-практ. конф. (м.Дрогобич, 4–5 трав. 2023 р.). Дрогобич: ДДПУ ім.І.Франка, 2023. С.107–108.
7. Холод О.М. Семантика терміна «соціальні комунікації»: концептуальні підходи. Соціальні комунікації: теорія і практика. 2015. №1. С.5–14.

References

1. Chitat, O., Chang, T., & Sage, M. (2020). *Media literacy and social work education*. University at Buffalo School of Social Work.
2. Stanfield, D., & Beddoe, L. (2013). Social work and the media: A collaborative challenge. *Aotearoa New Zealand Social Work*, 25(4), 41–51.
3. *Materials of the round table – Nazva kruhloho stolu* (pp. 25–29). Kharkiv: Kharkivskyi natsionalnyi pedahohichnyi universytet imeni H.S.Skovorody; Instytut problem vykhovannia NAPS Ukrainy. [in Ukrainian]
4. Pokulyta, I.K., & Kolotylo, M.O. (2020). *Mediapraktiky u sotsialnii roboti* [Media practices in social work]. NTUU «KPI». [in Ukrainian]
5. Synytsia, A.V. (2024). Kharakterystyka protsesu formuvannia sotsialnoi komunikatsii sotsialnykh pratsivnykiv [Characteristics of the process of forming social communication of social workers]. In T.Kunytsya (Ed.), *Materials of the round table – Nazva kruhloho stolu* (pp.25–28). NAIR. [in Ukrainian]
6. Trofymyuk, Yu., & Mikheeva, O. (2023). Sotsialno-pedahohichni umovy formuvannia kultury mizhetnichnoho spilkuvannia studentiv [Socio-pedagogical conditions for the formation of students' intercultural communication culture]. *Proceedings of the All-Ukrainian Scientific Conference "Aktualni problemy sotsialnoi roboty ta inkluzyvnoi osvity v suchasnykh umovakh"* (pp.107–108). Drohobych: DDPU imeni I.Franka. [in Ukrainian]
7. Kholod, O.M. (2015). Semantyka termina «sotsialni komunikatsii»: kontseptualni pidkhody [Semantics of the term "social communications": conceptual approaches]. *Sotsialni komunikatsii: teoriia i praktyka*, 1, 5–14. [in Ukrainian]

Статус статті: Отримано: 14.09.2025 Прийнято: 17.10.2025 Опубліковано: 30.10.2025

Synytsia Anton

PhD Student

Department of Social Education and Social Work
Dragomanov Ukrainian State University, Kyiv, Ukraine

MEDIA COMMUNICATIVE COMPETENCE OF SOCIAL WORKERS: FOREIGN AND UKRAINIAN EXPERIENCE OF FORMATION

Abstract. The article examines the problem of developing media communicative competence of social workers in the context of the growing role of mass media in shaping public awareness and social policy. Effective cooperation with the media is increasingly becoming a prerequisite for the transparency of social services, building trust in professional activities, and mobilizing community resources. The purpose of the study is to analyze theoretical foundations and to generalize foreign and Ukrainian experience in forming the communicative skills necessary for productive interaction of social workers with the media. The research applies methods of analysis, synthesis, comparison, and systematization of scientific and practical sources. Particular attention is given to the integration of media literacy and media advocacy into social work education and training programs. The results demonstrate that in foreign practice, a structured approach has already been implemented, with curricula including media literacy courses, public communication training, and cooperation with journalists. Ukrainian experience is currently at the stage of development but already shows positive dynamics: specialized training modules, media trainings, and partnerships between social services and media organizations have begun to emerge. The study highlights the key directions of preparing social workers for effective media communication: awareness of the role of the media in society; establishing partnerships with journalists; mastering the skills of preparing press releases and public information; professional behavior during interviews and public speaking; compliance with ethical standards; active use of digital platforms and social networks; cooperation with communication specialists; and systematic monitoring of the information space. The conclusions emphasize that strengthening media communicative competence is essential for the modern professional profile of social workers.

Keywords: media communicative competence, social worker, mass media, social work.