НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
«ЗАПОРІЗЬКА ПОЛІТЕХНІКА»

МАТЕРІАЛИ

IV Всеукраїнської науково-практичної конференції

«СУСПІЛЬСТВО І ОСОБИСТІСТЬ У СУЧАСНОМУ КОМУНІКАЦІЙНОМУ ДИСКУРСІ»

(2 листопада 2022 р.)

Запоріжжя
2022

УДК 316.77
С 90

Рекомендовано до видання Президією НТР
Національного університету «Запорізька політехніка»
(протокол №2 від 10.11.2022 р.)

Рецензенти:

Бочелюк В. Й., д-р психол. наук, професор, професор кафедри спеціальної освіти та психології КЗВО "Хортицька національна навчально-реабілітаційна академія" Запорізької обласної ради;

Бутиріна М. В., д. н. із соц. комунікацій, професор, професор кафедри маркетингу НТУ «Дніпровська політехніка»;

Зикун Н. І., д. н. із соц. комунікацій, професор, в.о. декана факультету соціально-гуманітарних технологій та менеджменту Державного податкового університету.

Редакційна колегія:

Балухтіна О.М., канд. іст. наук, доцент;
Бородулькіна Т.О., канд. псих. наук, доцент;
Кузьмін В.В., канд. соціол. наук, доцент;
Островська Н.В., канд. наук із соц. ком., доцент;
Погребна В.Л., д-р філол. наук, професор;
Попович В.М., д-р філос. наук, професор.

С90 **Матеріали IV Всеукраїнської науково-практичної конференції «Суспільство і особистість у сучасному комунікаційному дискурсі»** (м. Запоріжжя, 2 листопада 2022 р.) / редкол.: В.Л. Погребна, В.В. Кузьмін, Н.В. Островська, Т.О. Бородулькіна та ін. [Електронний ресурс] Електрон. дані. Запоріжжя : НУ «Запорізька політехніка», 2022. 1 електрон. опт. диск (DVD-ROM); 12 см. Назва з тит. екрана. 363 с.

ISBN 978-617-529-384-3

У збірнику розміщено матеріали IV Всеукраїнської науково-практичної конференції «Суспільство і особистість у сучасному комунікаційному дискурсі», яка відбулася 2 листопада 2022 року. Коло обговорених проблем: стратегічні напрямки розвитку теорії та практики соціальної роботи, питання соціальної політики в світі та Україні, теоретико-методологічні і прикладні проблеми сучасної журналістики, проблеми та перспективи психологічної науки в Україні.

Для науковців, викладачів закладів вищої освіти, а також аспірантів і студентів соціально-гуманітарних факультетів.

УДК 316.77

ISBN 978-617-529-384-3

© НУ «Запорізька політехніка», 2022

ЗМІСТ

НАПРЯМ: СОЦІАЛЬНА РОБОТА
СЕКЦІЯ 1
СТРАТЕГІЧНІ НАПРЯМКИ РОЗВИТКУ ТЕОРІЇ ТА ПРАКТИКИ СОЦІАЛЬНОЇ РОБОТИ

Боєцька А.С., Остаціна Н.С.
СОЦІАЛЬНО-ПЕДАГОГІЧНА ВЗАЄМОДІЯ НАВЧАЛЬНОГО ЗАКЛАДУ І СІМ'Ї У ВИХОВАННІ ДІТЕЙ: СТРАТЕГІЇ ПАРТНЕРСТВА 12
Бринявська Н.М., Борисюк С.О., Опанасенко О.О.
ДОСТУПНІСТЬ НАВЧАЛЬНОГО СЕРЕДОВИЩА ЯК ВАЖЛИВА УМОВА РЕАЛІЗАЦІЇ ПРАВ ДИТИНИ З ІНВАЛІДНІСТЮ НА ОСВІТУ 15
Віштапюк В.В., Прожога І.В.
ВСТАНОВЛЕННЯ ПРОФЕСІЙНИХ ВИМОГ ПРАЦІВНИКІВ СОЦІАЛЬНИХ СЛУЖБ 17
Горбенко А.С., Савельчук І.Б.
ЧИННИКИ ВПЛИВУ СИНДРОМУ ПРОФЕСІЙНОГО ВИГОРАННЯ НА УСПІШНІСТЬ ДІЯЛЬНОСТІ СОЦІАЛЬНИХ ПРАЦІВНИКІВ 20
Іванова А.І., Балухтіна О.М.
СОЦІАЛЬНА АДАПТАЦІЯ ЖІНОК, ЯКІ ВІДБУЛИ ПОКАРАННЯ В МІСЦЯХ ПОЗБАВЛЕННЯ ВОЛІ 22
Коленіченко Т.І.
ЕКОСИСТЕМНИЙ ПІДХІД ЯК ІННОВАЦІЙНА ПРАКТИКА СОЦІАЛЬНОЇ РОБОТИ З ВЕТЕРАНАМИ ГІБРИДНОЇ ВІЙНИ 25
Колесник Ю.В., Баршацька Г.Ю.
ТЕОРЕТИЧНЕ ПІДҐРУНТЯ ВИЗНАЧЕННЯ ТА ФОРМУВАННЯ СТИЛЮ КЕРІВНИЦТВА 27
Конончук А.І.
СОЦІАЛЬНІ ПОСЛУГИ У СФЕРІ СОЦІАЛЬНОЇ ДОПОМОГИ ЛЮДЯМ ПОХИЛОГО ВІКУ: МІЖНАРОДНІ ВИМОГИ ТА ВІТЧИЗНЯНІ РЕАЛІЇ 29
Коротка А.П., Новікова Н.Є.
СОЦІАЛЬНА ПРОФІЛАКТИКА ПІДЛІТКОВОЇ СУЇЦИДАЛЬНОЇ ПОВЕДІНКИ 32
Кузьмін В.В., Кузьміна М.О., Стадник А.Г.
ТЕХНОЛОГІЇ СОЦІАЛЬНОЇ РОБОТИ В ІНКЛЮЗИВНОМУ СЕРЕДОВИЩІ 35
Міхеєва О.Ю.
ХАРАКТЕРИСТИКА НАДАННЯ СОЦІАЛЬНОЇ ДОПОМОГИ ВНУТРІШНЬО ПЕРЕМІЩЕНИМ ОСОБАМ 38
Недря К.М., Трубавіна І.М., Чередниченко О.Ю.
СОЦІАЛЬНА РОБОТА З ВНУТРІШНЬО ПЕРЕМІЩЕНИМИ ОСОБАМИ В УКРАЇНІ 40
Неїжпапа Л.С.
МОЛОДЬ, ЯКА ПОВЕРНУЛАСЯ З МІСЦЬ ПОЗБАВЛЕННЯ ВОЛІ: ХАРАКТЕРИСТИКИ ТА ПОТРЕБИ КАТЕГОРІЇ ОТРИМУВАЧІВ СОЦІАЛЬНИХ ПОСЛУГ 43
Остаціна Н.С.
УПРАВЛІНСЬКА ДІЯЛЬНІСТЬ У ЗАКЛАДІ СОЦІАЛЬНОЇ СФЕРИ: СУТНІСТЬ ПОНЯТТЯ, ФУНКЦІЇ 47
Повстенко О.А., Балухтіна О.М.
РОЛЬ ДЕРЖАВНОЇ СЛУЖБИ ЗАЙНЯТОСТІ В СОЦІАЛЬНІЙ АДАПТАЦІЇ ВНУТРІШНЬО ПЕРЕМІЩЕНИХ ОСІБ В УКРАЇНІ 50
Повстенко О.А., Кузьміна М.О.
ТЕХНОЛОГІЇ СОЦІАЛЬНОЇ РОБОТИ В УКРАЇНІ В СФЕРІ ЗАЙНЯТОСТІ 53

Повстенко О.А., Щербина С.С.
ПРОБЛЕМА ДИСКРИМІНАЦІЇ ЖІНОК НА РИНКУ ПРАЦІ В УКРАЇНІ 55
Риженко Н.М., Конончук А.І.
ДО ПИТАННЯ ЗАГАЛЬНОЇ ХАРАКТЕРИСТИКИ ПІДЛІТКОВОГО ВАНДАЛІЗМУ 58
Савицька А.Ю., Сейко Н.А
ЗАСТОСУВАННЯ ВЕДЕННЯ ВИПАДКУ В СОЦІАЛЬНІЙ РОБОТІ 60
Созонова О.І., Останіна Н.С.
СОЦІАЛЬНА РОБОТА З ПРОФІЛАКТИКИ ЗАЛЕЖНОСТІ ВІД ПСИХОАКТИВНИХ РЕЧОВИН СЕРЕД ПІДЛІТКІВ 63
Хлєбік С.Р.
ВІДНОВНИЙ ПІДХІД У ПРОФІЛАКТИЦІ БУЛІНГУ В СОЦІАЛЬНІЙ РОБОТІ З ПІДЛІТКАМИ 66

СЕКЦІЯ 2
ФІЛОСОФСЬКІ ДИСКУРСИ СОЦІАЛЬНОЇ РОБОТИ
Здрілько Б.Г., Прожога І.В.
ВАЖЛИВІСТЬ СОЦІАЛЬНОЇ РОБОТИ ПІД ЧАС ВІЙНИ 70
Попович В.М.
МОТИВАЦІЙНІ ФАКТОРИ ПРОФЕСІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ СОЦІАЛЬНИХ ПРАЦІВНИКІВ 71
Таран В.О.
РАШИЗМ ЯК ЯВИЩЕ ТА ЙОГО СУТНІСНІ ОЗНАКИ 75

СЕКЦІЯ 3
ЗАРУБІЖНА СОЦІАЛЬНА РОБОТА: ПРОБЛЕМИ, ДОСВІД, ПЕРСПЕКТИВИ
Берник А.О., Щербина С.С.
МЕНТАЛЬНІ ОСОБЛИВОСТІ ФОРМУВАННЯ ЄВРОПЕЙСЬКИХ ЦІННОСТЕЙ СТУДЕНТСЬКОЇ МОЛОДІ 79
Мінза О.С., Попович В.М.
МОДЕЛЬ РОЗВИТКУ І ФУНКЦІОНУВАННЯ ЗЕЛЕНОЇ СОЦІАЛЬНОЇ РОБОТИ В ТЕРИТОРІАЛЬНІЙ ГРОМАДІ 81

СЕКЦІЯ 4
АКТУАЛЬНІ ПИТАННЯ СОЦІАЛЬНОЇ ПОЛІТИКИ В УКРАЇНІ ТА ЗА КОРДОНОМ
Аль-Мджаркеш Н.І., Попович В.М.
ПОТЕНЦІЙНІ МОЖЛИВОСТІ ПУБЛІЧНОГО УПРАВЛІННЯ НА РІЗНИХ РІВНЯХ ФУНКЦІОНУВАННЯ СИСТЕМИ СОЦІАЛЬНОЇ РОБОТИ В УКРАЇНІ В УМОВАХ ВОЄННОГО СТАНУ 84
Баршацька Г.Ю.
ВЕДЕННЯ ВИПАДКУ ЯК ІННОВАЦІЙНА ТЕХНОЛОГІЯ СОЦІАЛЬНОЇ РОБОТИ 86
Бурачок І. Г., Лісовець О.В.
СОЦІАЛЬНО-ПРАВОВИЙ ЗАХИСТ ВАГІТНИХ У СИСТЕМІ СОЦІАЛЬНОГО СТРАХУВАННЯ 88
Вашест П.О., Баршацька Г.Ю.
МОДЕЛЬ СОЦІАЛЬНОЇ РОБОТИ ОНЛАЙН В УМОВАХ ВОЄННОГО СТАНУ В УКРАЇНІ 91
Дараган В.Д., Баршацька Г.Ю.
ДЕРЖАВНИЙ МАРКЕТИНГ У ДІЯЛЬНОСТІ ДЕРЖАВНИХ СЛУЖБОВЦІВ 93
Закревська А.В., Баршацька Г.Ю.
СОЦІАЛЬНА РОБОТА З БІЖЕНЦЯМИ ТА ЇХ СІМ'ЯМИ 94

Кравченко Т.В., Серга Т.О.
ЧИННИКИ І МЕХАНІЗМИ ФОРМУВАННЯ КЛАСТЕРНОЇ МОДЕЛІ СОЦІАЛЬНОЇ РОБОТИ В КОНТЕКСТІ СТАЛОГО РОЗВИТКУ РЕГІОНУ 96
Малиш О.О., Баршацька Г.Ю.
«ВЗАЄМОДІЯ» ЯК СУСПІЛЬНО-ЦІННІСНИЙ МЕХАНІЗМ ФОРМУВАННЯ ДЕМОКРАТИЧНОЇ СИСТЕМИ ДЕРЖАВНОГО УПРАВЛІННЯ 99
Новак Т.О., Попович В.М.
ВПЛИВ СОЦІАЛЬНО-ПРОСТОРОВИХ ОСОБЛИВОСТЕЙ РЕГІОНУ (РЕГІОНАЛЬНОЇ І ЛОКАЛЬНОЇ ІДЕНТИЧНОСТІ) НА ФОРМУВАННЯ І ВІДТВОРЕННЯ СОЦІАЛЬНО-УПРАВЛІНСЬКИХ ПРАКТИК У СФЕРІ СОЦІАЛЬНОЇ РОБОТИ 101
Новікова Н.Є.
ОСОБЛИВОСТІ РЕАЛІЗАЦІЇ ДЕРЖАВНОЇ МОЛОДІЖНОЇ ПОЛІТИКИ В УКРАЇНІ 104
Попович Я.М.
ЦІННІСНІ ПОЛІТИЧНІ ОРІЄНТАЦІЇ В СУСПІЛЬНІЙ СВІДОМОСТІ 108
Сагань Є.С., Балухтіна О.М.
БЛАГОДІЙНИЙ ФОНД «ПОВЕРНИСЬ ЖИВИМ» ТА «ФОНД СЕРГІЯ ПРИТУЛИ» В УМОВАХ ВІЙНИ: КОМПАРАТИВНИЙ АНАЛІЗ ДІЯЛЬНОСТІ 109
Тоткало М.А., Баршацька Г.Ю.
ОРГАНІЗАЦІЙНО-АНАЛІТИЧНИЙ І ТЕХНОЛОГІЧНИЙ АСПЕКТИ ПРИЙНЯТТЯ УПРАВЛІНСЬКИХ РІШЕНЬ КЕРІВНИКАМИ СОЦІАЛЬНИХ ЗАКЛАДІВ 111
Тоткало М.А., Серга Т.О.
СОЦІАЛЬНО-ПСИХОЛОГІЧНІ ПРОБЛЕМИ ЛЮДЕЙ ПОХИЛОГО ВІКУ 113

СЕКЦІЯ 5
СОЦІАЛЬНА РОБОТА З МІГРАНТАМИ

Дупліна М.О., Щербина С.С.
НАПРЯМКИ СОЦІАЛЬНОЇ РОБОТИ ІЗ ВНУТРІШНЬО ПЕРЕМІЩЕНИМИ ОСОБАМИ (ВПО) У ПРИЙМАЮЧИХ ГРОМАДАХ 116
Соляник М.Г.
СОЦІАЛЬНО-ПРАВОВИЙ ЗАХИСТ ТИМЧАСОВО ПЕРЕМІЩЕНИХ СІМЕЙ В УМОВАХ ВОЄННОГО СТАНУ 118

НАПРЯМ: СОЦІАЛЬНІ КОМУНІКАЦІЇ
СЕКЦІЯ 1
ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГІЧНІ І ПРИКЛАДНІ ПРОБЛЕМИ СУЧАСНОЇ ЖУРНАЛІСТИКИ

Бут К.О., Чернявська Л.В.
ВИСВІТЛЕННЯ ПРОТЕСТНИХ РУХІВ У МЕДІА: ВИКЛИКИ БЕЗПЕКИ 120
Волинець Г.М.
ОНЛАЙН-ЖУРНАЛ «УКРАЇНКИ» В ПАРАДИГМІ СУЧАСНИХ ЖІНОЧИХ ВИДАНЬ 122
Ганноцька Т.В.
РОЛЬ ЗАГОЛОВКІВ У НОМІНУВАННІ ЖУРНАЛІСТСЬКИХ МАТЕРІАЛІВ ПЕРІОДИЧНИХ ВИДАНЬ 125
Гягяєва О.Ф., Нестеренко Е.К., Сенкевич Г.А.
МЕДІАОСВІТА ТА КРИТИЧНЕ МИСЛЕННЯ ЯК НЕОБХІДНІ СКЛАДОВІ НАВЧАЛЬНОГО ПРОЦЕСУ У ВИЩІЙ ШКОЛІ 127
Єськова К.В.
СПЕЦИФІКА НОВИНАРНИХ ВИПУСКІВ НА КАНАЛІ «1+1» У РАМКАХ ТЕЛЕМАРАФОНУ «ЄДИНІ НОВИНИ» 129

Жаров Д.А., Волинець Г.М.
КЛЮЧОВІ НАРАТИВИ «СПОЖИВАЦТВА» НА СТОРІНКАХ ЖУРНАЛУ «ЕГОЇСТ» 131
Заводюк А.М., Єськова К. В.
ТЕМАТИЧНЕ НАПОВНЕННЯ САЙТУ ДЛЯ ЖІНОК «ТУТКА» 133
Залозна О.М., Островська Н.В.
РОЛЬ ЖУРНАЛІСТА У ФОРМУВАННІ ІНКЛЮЗИВНИХ ПРАКТИК У СУСПІЛЬСТВІ 135
Зозуль Т.В., Мірошниченко П.В.
ОСОБЛИВОСТІ РЕАЛІЗАЦІЇ ПРАВОЗАХИСНОЇ ТЕМАТИКИ НА РЕГІОНАЛЬНОМУ ТЕЛЕБАЧЕННІ 137
Карпенко Є.І., Хітрова Т.В.
СПОРТ І СПОРТИВНА ЖУРНАЛІСТИКА В УМОВАХ ВІЙНИ 140
Кодацька Н.О.
ЕТИЧНІ ДИЛЕМИ В ЖУРНАЛІСТСЬКІЙ ДІЯЛЬНОСТІ ПІД ЧАС ВІЙНИ 143
Кондрико А.А.
ОПТИМІЗАЦІЯ СИСТЕМИ ЖУРНАЛІСТСЬКОЇ ОСВІТИ З УРАХУВАННЯМ РЕАЛІЙ ТА ТРЕНДІВ ФАХУ 146
Мартиняк А.С., Пирогова К.М.
СПЕЦИФІКА ІНФОРМАЦІЙНО-КОМУНІКАТИВНИХ ТЕХНОЛОГІЙ СПОРТИВНИХ БЛОГІВ В ІНТЕРНЕТ-ЗМІ 148
Марченко Д.І., Єськова К.В.
ОСОБЛИВОСТІ СТВОРЕННЯ ТЕЛЕВІЗІЙНОГО РЕПОРТАЖУ 150
Мірошниченко П.В.
ПРОФЕСІЙНІ ЖУРНАЛІСТСЬКІ СТАНДАРТИ В УМОВАХ ВІЙНИ 152
Наливайко О.С., Островська Н.В.
ПРОБЛЕМА ПОРУШЕННЯ ЖУРНАЛІСТСЬКИХ СТАНДАРТІВ ПІД ЧАС ВИСВІТЛЕННЯ БОЙОВИХ ДІЙ 154
Напрягло В.О., Шульженко А.С.
СПЕЦИФІКА ВИСВІТЛЕННЯ ПОВНОМАСШТАБНОЇ РОСІЙСЬКО-УКРАЇНСЬКОЇ ВІЙНИ В TELEGRAM-КАНАЛІ «УНІАН» 158
Островська Н.В.
НЕДИСКРИМІНАЦІЙНІ ПРАКТИКИ В МЕДІА В УМОВАХ ВІЙНИ 160
Панченко С.А.
КОНЦЕПТУАЛЬНІ ЗАСАДИ РЕДАКЦІЙНОЇ ПОЛІТИКИ ТЕЛЕКАНАЛУ МТМ ЗАПОРІЖЖЯ: ЗМІНА ПАРАДИГМИ 162
Погребна В.Л.
ҐЕНДЕРНІ СТУДІЇ В ЖУРНАЛІСТИКОЗНАВСТВІ 165
Проніна К.Ю., Скуртул Г.С.
VR-ОПОВІДЬ ЯК ПРИКЛАД ЕМПАТИЧНОГО КОНТЕНТУ ІМЕРСИВНОЇ ЖУРНАЛІСТИКИ (НА ПРИКЛАДІ СПЕЦПРОЄКТІВ «РАДІО СВОБОДА» «ЗАРУЧНИКИ ВІЙНИ – ВОНИ ПРОЙШЛИ КРІЗЬ ПЕКЛО» І «НАШ ДОНБАС») 167
Ратушняк А.С., Погребна В.Л.
ЖАНРОВА ПОЛІТИКА У ЖУРНАЛІ «КОЛОСОК» 171
Рогова Т.А.
СУЧАСНА ВОЄННА ЛЕКСИКА У ТЕЛЕВІЗІЙНОМУ ЕФІРІ 174
Рула Н.В., Панченко С.А.
ВПЛИВ ПАТОГЕННИХ МЕДІАТЕКСТІВ НА АУДИТОРІЮ ЗМІ 176
Скуртул Г.С.
ОСОБЛИВОСТІ ВИКОРИСТАННЯ ПОДКАСТИНГУ ПІД ЧАС ДИСТАНЦІЙНОГО НАВЧАННЯ МАЙБУТНІХ ЖУРНАЛІСТІВ 179

Слинько Р.О., Погребна В.Л.
СИНТЕЗ ЖАНРОВИХ РІЗНОВИДІВ У ПУБЛІКАЦІЯХ БІОГРАФІЧНОГО СПРЯМУВАННЯ 181
Тестова Д.В., Мельнікова Ю.О.
ЖАНРИ ПОДКАСТІВ: АНАЛІЗ ІНФОРМАЦІЙНИХ РЕСУРСІВ 184
Тимченко І.Д., Тонкіх І.Ю.
ОСОБЛИВОСТІ ФУНКЦІОНУВАННЯ БЛОГІВ НА САЙТАХ УКРАЇНСЬКИХ ІНТЕРНЕТ-ВИДАНЬ 186
Тонкіх І.Ю.
СПЕЦИФІКА АДАПТАЦІЇ ЖУРНАЛІСТСЬКОГО КОНТЕНТУ ДЛЯ РІЗНИХ КРОСМЕДІЙНИХ ПЛАТФОРМ 190
Хубулова Д.І., Волинець Г.М.
ПОРУШЕННЯ ГЕНДЕРНОЇ РІВНОСТІ У ТЕЛЕВІЗІЙНИХ ПРОЄКТАХ «СУПЕРБАБУСЯ» ТА «СУПЕРМАМА» 193
Чабаненко М.В.
ЖАНР ІНТЕРВ'Ю В ДОСЛІДЖЕННЯХ ТРАДИЦІЙНИХ І НОВИХ МЕДІА 196
Чернявська Л.В., Савчук Т.Г.
ІСТОРИЧНІ ФОНДИ МУЗЕЮ ГОЛОКОСТУ ЯК ДЖЕРЕЛО ЖУРНАЛІСТСЬКИХ МАТЕРІАЛІВ 200
Швець В.А., Панченко С.А.
ПАРАДИГМА ФУНКЦІОНУВАННЯ ВИДАННЯ «ЖУРНАЛІСТ УКРАЇНИ» У ЖУРНАЛЬНОМУ ДИСКУРСІ 204
Шишкіна С.О., Тонкіх І.Ю.
ЗАВДАННЯ ТА ФУНКЦІЇ ЖУРНАЛІСТСЬКИХ ТЕЛЕГРАМ-КАНАЛІВ 206
Шульженко А.С., Скуртул Г.С.
РОСІЙСЬКО-УКРАЇНСЬКА ВІЙНА ОЧИМА ЖУРНАЛІСТІВ-АГЕНЦІЙНИКІВ (НА ПРИКЛАДІ ІНФОРМАЦІЙНИХ АГЕНТСТВ «УКРІНФОРМ», «УНІАН», «АРМІЯINFORM») 210

СЕКЦІЯ 2
ДОСЛІДНИЦЬКІ ПОШУКИ В ЦАРИНІ СОЦІАЛЬНИХ КОМУНІКАЦІЙ (РЕКЛАМА, PR, ВИДАВНИЧА СПРАВА ТА РЕДАГУВАННЯ, ДОКУМЕНТОЗНАВСТВО, СОЦІАЛЬНА ІНФОРМАТИКА)

Баран К.М., Герасимчук О.Б.
ФОРМУВАННЯ КОНТЕНТУ СТОРІНКИ МАГАЗИНУ В СОЦІАЛЬНИХ МЕРЕЖАХ 212
Баранецька А.Д.
ІНВЕСТОР-РИЛЕЙШНЗ ЯК СУЧАСНА КОМУНІКАЦІЙНА КОМПОНЕНТА ОРГАНІЗАЦІЇ ІНФОРМАЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ У БІЗНЕСІ 215
Гарань Н.С.
ДО ПРОБЛЕМИ ФОРМУВАННЯ ТА РОЗВИТКУ КРИТИЧНОГО МИСЛЕННЯ 217
Іванець Т.О., Пирогова К.М.
РЕГІОНАЛЬНІ ВИННІ БРЕНДИ: СТРАТЕГІЧНЕ ПОЗИЦІОНУВАННЯ ЗАСОБАМИ РЕКЛАМИ 220
Коваленко Є.В., Онуфрієнко Г.С
СТУДЕНТСЬКІ НАУКОВІ КОНФЕРЕНЦІЇ ДО ДНЯ УКРАЇНСЬКОЇ ПИСЕМНОСТІ ТА МОВИ ЯК АКТУАЛЬНИЙ ЧИННИК РОЗВИТКУ КОГНІТИВНО-МОВЛЕННЄВИХ ЗДІБНОСТЕЙ ОСОБИСТОСТІ У СУЧАСНИХ ЗВО 225
Ковпак В.А.
ПУБЛІЧНІ КОНСУЛЬТАЦІЇ ТА КРАУДСОРСИНГОВІ ПРОЄКТИ ЯК АКТУАЛЬНИЙ СПОСІБ КОМУНІКАЦІЇ ТА СПІВПРАЦІ ЧЕРЕЗ ОПРАЦЮВАННЯ ВЕЛИКИХ ДАНИХ 229

Костромицький Р.І.
КРИТИЧНЕ МИСЛЕННЯ ЖУРНАЛІСТА 233
Куліченко Д.О., Березенко В.В.
ІНТЕРНЕТ-КОМУНІКАЦІЯ ЯК ЗАСІБ ДЛЯ ЕФЕКТИВНОГО ВИКОНАННЯ ДЕПУТАТОМ МІСЦЕВОЇ РАДИ СВОЇХ ОБОВ'ЯЗКІВ 235
Онуфрієнко Г.С.
ПАТОГЕННИЙ ТЕКСТ У СУЧАСНІЙ ПРОФЕСІЙНО-ДІЛОВІЙ КОМУНІКАЦІЇ: ПРИЧИНИ, НАСЛІДКИ, ПРЕВЕНТИВНІ СТРАТЕГІЇ 236
Хітрова Т.В.
«ІСТОРИЧНА ПАМ'ЯТЬ» ЯК ІНСТРУМЕНТ ФОРМУВАННЯ ЕФЕКТИВНОЇ КОМУНІКАЦІЙНОЇ ПОЛІТИКИ ТЕРИТОРІАЛЬНИХ ГРОМАД 240
Холодний П.О., Санакоєва Н.Д.
РОЛЬ ЗВ'ЯЗКІВ З ГРОМАДСЬКІСТЮ В ПОЗИЦІОНУВАННІ НАЦІОНАЛЬНИХ ЦІННОСТЕЙ УКРАЇНИ 242
Чорнобут О.С., Хітрова Т.В.
ВІЗУАЛЬНЕ БРЕНДУВАННЯ В СИСТЕМІ КОМУНІКАЦІЙНИХ СТРАТЕГІЙ ТЕРИТОРІАЛЬНИХ ГРОМАД УКРАЇНИ 245

СЕКЦІЯ 3
ДИСКУРСИ ПУБЛІЦИСТИКИ І ХУДОЖНЬОЇ ЛІТЕРАТУРИ В СУЧАСНИХ МАС-МЕДІА

Авраменко І.А., Дрешпак В.М.
СУЧАСНИЙ ВОЄННО-ПОЛІТИЧНИЙ ДИСКУРС В УКРАЇНСЬКИХ МЕДІА: ЗМІСТ І ОСНОВНІ ТЕНДЕНЦІЇ РОЗГОРТАННЯ 248
Фінів В.М.
РЕЦЕПЦІЯ ХУДОЖНІХ ТЕКСТІВ МЕРЕЖЕВОГО ДИСКУРСУ (НА МАТЕРІАЛІ ІНСТАҐРАМ-ЗБІРОК ЮЛІЇ СЛИВКИ «#ЧУЄШ, КОЛИ ПРИЇДЕШ ДОДОМУ?», «НІБИ ДЕСЬ КОЛО ХАТИ РОЗБИВСЯ ЛІТАК») 252
Чернявська Ю.П., Чернявська Л.В.
ВПЛИВ ПОВНОМАСШТАБНОЇ ВІЙНИ НА ДИСКУРС ХУДОЖНЬОЇ ЛІТЕРАТУРИ В СУЧАСНИХ МАС-МЕДІА 254

СЕКЦІЯ 4
ІНОЗЕМНІ МОВИ В МІЖКУЛЬТУРНІЙ КОМУНІКАЦІЇ

Брутман А.Б.
ІННОВАЦІЙНІ ПІДХОДИ ДО ВИКОРИСТАННЯ ТРЕВЕЛ-МЕДІАТЕКСТУ ПІД ЧАС ЗАНЯТЬ З ІНОЗЕМНОЇ МОВИ У ЗВО 258
Горлачова В.В.
ABOUT DERIVATION POTENTIAL OF MODERN ENGLISH 259
Дхаршіні Магеш, Шевченко О.М.
МІЖКУЛЬТУРНА КОМУНІКАЦІЯ ТА ПІДГОТОВКА ІНОЗЕМНИХ ЗДОБУВАЧІВ ВИЩОЇ ОСВІТИ 261
Костенко О.Л., Чижевська І.В.
ВИКОРИСТАННЯ АВТЕНТИЧНОГО МЕДІАТЕКСТУ У ПІДГОТОВЦІ ДО ЗНО З АНГЛІЙСЬКОЇ МОВИ 263
Полєжаєв Ю.Г.
ВИКОРИСТАННЯ МЕТОДОЛОГІЇ CLIL У СУЧАСНИХ ПІДРУЧНИКАХ З АНГЛІЙСЬКОЇ МОВИ 265
Тарасенко К.В.
СПЕЦИФІКА ОРГАНІЗАЦІЇ САМОСТІЙНОЇ РОБОТИ ЗІ ЗДОБУВАЧАМИ ВИЩОЇ ОСВІТИ В ПРОЦЕСІ НАВЧАННЯ ІНОЗЕМНИХ МОВ 267

Твум Кастро, Шевченко О.М.
НАЦІОНАЛЬНО-КУЛЬТУРНИЙ КОМПОНЕНТ ЯК ЗАСІБ ФОРМУВАННЯ СОЦІОКУЛЬТУРНОЇ КОМПЕТЕНЦІЇ 268
Черепинська Л.В.
ASSESSMENT FOR LEARNING 271
Чех Ю.С., Жовнір М.М.
КОМУНІКАТИВНА СТРАТЕГІЯ РОЗВАГИ ТА ЇЇ МОВЛЕННЄВІ ТАКТИКИ В КОНТЕКСТІ СТУДЕНТСЬКОГО СПІЛКУВАННЯ 272

СЕКЦІЯ 5
ЗАРУБІЖНІ МАС-МЕДІА: ПРОБЛЕМИ, ВИКЛИКИ, ПЕРСПЕКТИВИ
Плакся М.О., Нєлєпова А.В.
МЕТОДИ ІНФОРМАЦІЙНИХ МАНІПУЛЯЦІЙ У ГЛОБАЛЬНОМУ ПРОСТОРІ ТА СПОСОБИ ПРОТИДІЇ 276

НАПРЯМ: СОЦІОЛОГІЧНІ НАУКИ
СЕКЦІЯ 1
ТЕОРІЯ ТА ІСТОРІЯ СОЦІОЛОГІЇ
Kapiton A.M.
THE SOCIAL COMPONENT OF THE DEVELOPMENT OF SOCIETY INFORMATIZATION 279

СЕКЦІЯ 2
СОЦІАЛЬНІ СТРУКТУРИ ТА СОЦІАЛЬНІ ВІДНОСИНИ
Фролова Д.В., Дударьов В.В.
КОНВЕНЦІОНАЛЬНА ТЕОРІЯ СПРАВЕДЛИВОСТІ ДЖ. РОЛЗА 282
Худавердієва В.А.
ОСОБЛИВОСТІ КУЛЬТУРНОГО ТУРИЗМУ І ЙОГО ЗНАЧЕННЯ У ГЛОБАЛЬНИХ СОЦІАЛЬНИХ ВІДНОСИНАХ 283

СЕКЦІЯ 3
СПЕЦІАЛЬНІ ТА ГАЛУЗЕВІ СОЦІОЛОГІЇ
Кузьмін В.В.
ТЕОРЕТИЗАЦІЯ КОНСТРУЮВАННЯ КАР'ЄРНИХ СТРАТЕГІЙ В СУЧАСНОМУ СУСПІЛЬСТВІ 288
Лебеденко В.В., Балухтіна О.М.
СОЦІОЛОГІЧНІ ДОСЛІДЖЕННЯ ПРОБЛЕМ СЕРЕДНЬОЇ ОСВІТИ ФОНДОМ «ДЕМОКРАТИЧНІ ІНІЦІАТИВИ ІМЕНІ ІЛЬКА КУЧЕРІВА» 290

НАПРЯМ: ПСИХОЛОГІЧНІ НАУКИ

СЕКЦІЯ 1
ТЕОРІЯ ТА ІСТОРІЯ ПСИХОЛОГІЇ
Гайворонська Т.О.
НАТУРАЛІСТИЧНЕ СПОСТЕРЕЖЕННЯ ЯК МЕТОД ЯКІСНИХ ДОСЛІДЖЕНЬ СНОВИДІНЬ 293
Шерешкова І. І., Хайрулін О. М.
НЕГАТИВНИЙ ВПЛИВ ІНФОРМАЦІЇ НА ОСОБИСТІСТЬ ЯК ОБ'ЄКТ ТРАНСДИСЦИПЛІНАРНОЇ НАУКОВОЇ ІНТЕГРАЦІЇ 295

СЕКЦІЯ 2
ЗАГАЛЬНА ПСИХОЛОГІЯ, ПСИХОЛОГІЯ ОСОБИСТОСТІ

Коструба Н.С.
МЕДІАРЕЛІГІЙНІСТЬ ОСОБИСТОСТІ ЯК ПРОГНОСТИЧНИЙ ЧИННИК ПОЗИТИВНОЇ ОЦІНКИ ВЛАСНОГО ДОСВІДУ 301
Коструба Н.С., Боротюк М. Г.
ПСИХОЛОГІЧНІ ОСОБЛИВОСТІ СТАНОВЛЕННЯ ОСОБИСТОСТІ СТУДЕНТА 304
Літвінова А. М.
ОСНОВНІ СКЛАДОВІ САМОРОЗВИТКУ МЕНЕДЖЕРІВ 306
Стасюк В. В., Дикун В. Г.
РЕКОМЕНДАЦІЇ ЩОДО ЗМІСТУ І СПРЯМОВАНОСТІ ЗАХОДІВ СПЕЦІАЛЬНОЇ ПСИХОЛОГІЧНОЇ ПІДГОТОВКИ ОСОБОВОГО СКЛАДУ МЕХАНІЗОВАНИХ ПІДРОЗДІЛІВ ДО БОЙОВИХ ДІЙ 309
Тимошенко І.С., Єльницька-Погибко Т.В.
ВИКОРИСТАННЯ ПСИХОДИНАМІЧНОЇ МОДЕЛІ ПРИ ВИРІШЕННІ КОНФЛІКТНИХ СИТУАЦІЙ У ВІЙСЬКОВОМУ СЕРЕДОВИЩІ 312

СЕКЦІЯ 3
ПСИХОЛОГІЯ РОЗВИТКУ, АКМЕОЛОГІЯ

Башлій А.Г., Бородулькіна Т.О.
СТАБІЛІЗАЦІЯ ПСИХІЧНИХ СТАНІВ ЗДОБУВАЧІВ ВИЩОЇ ОСВІТИ В УМОВАХ ВІЙНИ (ДО ПОСТАНОВКИ ПРОБЛЕМИ) 315
Бородулькіна Т.О.
КОПІНГ-СТРАТЕГІЇ УЧАСНИКІВ ГРУПОВОГО ОНЛАЙН КУРСУ З ПОДОЛАННЯ СТРЕСІВ АБСР (КОНСТАТУВАЛЬНИЙ ЕТАП ДОСЛІДЖЕННЯ) 316
Грицюк І.М.
ОСНОВНІ МЕТОДОЛОГІЧНІ ПОЛОЖЕННЯ МОРАЛЬНИХ ЦІННОСТЕЙ ТА РОЗВИТКУ ОСІБ З ПРОБЛЕМАМИ РОЗВИТКУ 319
Дембіцька С.В.
АКСІОЛОГІЧНИЙ ПІДХІД ЯК ОСНОВА ФОРМУВАННЯ ПРАЦЕОХОРОННОЇ КОМПЕТЕНТНОСТІ МАЙБУТНІХ ФАХІВЦІВ ТЕХНІЧНИХ СПЕЦІАЛЬНОСТЕЙ 321
Ілов О.А., Бородулькіна Т.О.
СТАБІЛІЗАЦІЯ ПСИХІЧНИХ СТАНІВ ОСОБИСТОСТІ В УМОВАХ ВІЙНИ (ДО ПОСТАНОВКИ ПРОБЛЕМИ) 323
Коцило Д.О., Коваль В.О.
ПСИХОГІМНАСТИКА ЯК ЗАСІБ РЕГУЛЯЦІЇ ЕМОЦІЙНИХ СТАНІВ У ДІТЕЙ ДОШКІЛЬНОГО ВІКУ З СИНДРОМОМ ДАУНА 324
Муравйова О.Б., Бородулькіна Т.О.
КОПІНГ-СТРАТЕГІЇ СТУДЕНТІВ ПІД ЧАС ВІЙНИ (ДО ПОСТАНОВКИ ПРОБЛЕМИ) 328
Новотарський М.Є., Кузьмін В.В.
СПЕЦИФІКА ФОРМУВАННЯ КАР'ЄРНОЇ СТРАТЕГІЇ ОСОБИСТОСТІ У ПСИХОЛОГІЧНОМУ ДИСКУРСІ 330
Серга Т.О., Лапенко Я.Ю.
ОСОБЛИВОСТІ ЕМОЦІЙНО-ВОЛЬОВОЇ СФЕРИ ДІТЕЙ ІЗ ЗАТРИМКОЮ ПСИХІЧНОГО РОЗВИТКУ ТА ЇХ ПСИХОЛОГО-ПЕДАГОГІЧНА КОРЕКЦІЯ 333
Серга Т.О., Лубенець Ю.М.
ТРИВОЖНІСТЬ ЯК ПСИХОЛОГІЧНИЙ ФЕНОМЕН РЕАГУВАННЯ ДІТЕЙ МОЛОДШОГО ШКІЛЬНОГО ВІКУ НА СТРЕСОВУ СИТУАЦІЮ В УМОВАХ ПЕРЕБУВАННЯ НА ПРИФРОНТОВИХ ТЕРИТОРІЯХ 336

СЕКЦІЯ 4
ПОЛІТИЧНА ПСИХОЛОГІЯ

Василькова А.О., Віхляєва Я.Є.
ПРОПАГАНДА ЯК ТЕХНОЛОГІЯ ПОЛІТИЧНОГО МАНІПУЛЮВАННЯ 338

СЕКЦІЯ 5
СОЦІАЛЬНА ПСИХОЛОГІЯ

Віхляєва Я.Є., Щербина С.С.
ДЕБРИФІНГ ЯК МЕТОД ПСИХОЛОГІЇ В ЕКСТРЕМАЛЬНИХ УМОВАХ 342
Серга Т.О., Концева О.Ю.
ОСОБЛИВОСТІ ДОСЛІДЖЕННЯ ЗАДОВОЛЕНОСТІ ШЛЮБОМ ЯК ПСИХОЛОГІЧНОГО ФЕНОМЕНУ 344
Серга Т.О., Цуркан І.М.
ЧИННИКИ ФОРМУВАННЯ КАР'ЄРНИХ ОРІЄНТАЦІЙ СТУДЕНТІВ ЗАКЛАДІВ ВИЩОЇ ОСВІТИ ТА МЕТОДИ ЇХ ДОСЛІДЖЕННЯ 346
Філоненко К.В., Віхляєва Я.Є.
ВЗАЄМОЗВ'ЯЗОК РІВНЯ ЕМПАТІЇ ОСОБИСТОСТІ ТА СТРАТЕГІЙ ПОВЕДІНКИ У КОНФЛІКТІ В МОЛОДОМУ ВІЦІ 348
Чередниченко С.М., Віхляєва Я.Є.
ОСОБЛИВОСТІ УКРАЇНСЬКОГО НАЦІОНАЛІЗМУ ЯК СОЦІАЛЬНО-ПСИХОЛОГІЧНОГО ФЕНОМЕНУ 351
Щербина С.С., Серга Т.О.
РОЛЬ ПСИХОЛОГІЧНОЇ СЛУЖБИ У ПОЛІПШЕННІ СОЦІАЛЬНО-ПСИХОЛОГІЧНОГО КЛІМАТУ В КОЛЕКТИВІ ДЕРЖАВНИХ СЛУЖБОВЦІВ 352
Відомості про авторів **355**

НАПРЯМ:
СОЦІАЛЬНА РОБОТА

СЕКЦІЯ 1
СТРАТЕГІЧНІ НАПРЯМКИ РОЗВИТКУ ТЕОРІЇ ТА ПРАКТИКИ СОЦІАЛЬНОЇ РОБОТИ

Боєцька А.С.,
магістрантка спеціальності «Соціальна робота»
Ніжинського державного університету імені Миколи Гоголя;
Останіна Н.С.,
кандидат педагогічних наук, доцент,
доцент кафедри соціальної педагогіки і соціальної роботи
Ніжинського державного університету імені Миколи Гоголя
Україна, м. Ніжин

СОЦІАЛЬНО-ПЕДАГОГІЧНА ВЗАЄМОДІЯ НАВЧАЛЬНОГО ЗАКЛАДУ І СІМ'Ї У ВИХОВАННІ ДІТЕЙ: СТРАТЕГІЇ ПАРТНЕРСТВА

Сьогодні в умовах модернізації української освіти та успішного впровадження Концепції «Нова українська школа» виникає потреба в удосконаленні освітнього процесу, який би був спрямований на демократизацію стосунків учителя з учнями та нові підходи до навчання: створення конструктивної співпраці всіх суб'єктів освітнього процесу; зміна рольових позицій сучасного педагога; відмова вчителя від ролі єдиного наставника та джерела знань і перетворення на коуча, тьютора, модератора в індивідуальній освітній траєкторії учня; використання під час освітнього процесу активних методів навчання, які дають можливості для розкриття творчої особистості, розвитку ініціативності, активізації пізнавальної діяльності учня [3].

Особливу увагу сучасні дослідники звертають на те, що взаємодія сім'ї і школи має полягати не лише в допомозі цих соціальних інститутів одне одному, а й в об'єднанні можливостей, зусиль при організації життєдіяльності школярів [2, с. 51]. Проте це стає можливим лише за умов організації взаємодії, виходячи з потреб та інтересів дітей і батьків, урахування специфіки конкретного навчально-виховного закладу, ґрунтування на принципах демократичності, рівноправності у взаєминах усіх партнерів цього процесу. Стратегія взаємодії сім'ї і школи має будуватися на системі педагогічних ідей, які є ключовими та актуальними для певного навчально-виховного закладу (Т. Виноградова). Суть полягає в тому, що педагоги під час розроблення цієї стратегії мають передбачити проблеми, які є актуальними для окремих сімей, вибудовувати роботу з батьками на випереджальному принципі, готувати батьків до розуміння відносин з дітьми та їхніх проблем. Важлива роль у цьому відводиться пропагуванню педагогічних знань з метою підвищення педагогічної освіти батьків [1, с. 52].

Поряд із цим, до основних напрямів взаємодії сім'ї і школи пропонується відносити: залучення батьків до життя школи; досягнення узгодженості у підходах до дитини; надання кваліфікованої допомоги і підтримки батькам і дитині у складних педагогічних та життєвих ситуаціях; інформування батьків про шкільне життя, освітній процес, про ресурси, які сім'я

може використовувати для освіти своєї дитини, справедливого вирішення батьківсько-дитячих конфліктів.

Проведений нами аналіз психолого-педагогічної літератури засвідчує, що проблема взаємодії сім'ї і школи привертає увагу науковців, які досліджують різні аспекти цього процесу: визначення його сутності, основних форм, методів, напрямів реалізації. Критеріями змісту і методики взаємодії можуть слугувати: типи сімей, проблеми батьків у вихованні дітей, надання переваги фронтальним, груповим чи індивідуальним формам роботи з батьками керівництвом школи та окремими вчителями, налаштованість на інноваційні методи в педагогічній просвіті батьків чи віддання переваги традиційним їх різновидам та ін.

Однією з передумов успішного запровадження такої програми у взаємодію сім'ї і школи є встановлення належних відносин між учителем і батьками. Саме вчитель відіграє провідну роль в організації та проведенні занять, відборі та структуруванні необхідного матеріалу, забезпеченні сприятливої атмосфери для обміну досвідом сімейного виховання, вільного обговорення проблем, визначення способів їх вирішення. Таким чином, вважаємо, що педагогіка партнерства – один із факторів ефективної взаємодії учасників освітнього процесу. У Концепції «Нова українська школа» наголошується на необхідності не лише впроваджувати компетентний підхід до навчання, а й формувати психологічно безпечне середовище, створювати умови для успішної самореалізації учня як особистості. В основу конструктивної співпраці всіх суб'єктів освітнього процесу (батьки, учителі, учні) покладено спільні цілі, прагнення та переконання. Учителі та учні є рівноправними учасниками освітнього процесу і відповідають за його результат. Це партнерство засноване на повазі, довірі, рівності, відповідальності, добровільності всіх його учасників. Оскільки Нова українська школа працює на засадах педагогіки партнерства, виникає потреба розкрити значення окремих понять, що допоможе осмислити суть цієї проблеми. Партнер – це той, хто бере участь у певній справі разом із ким-небудь. Партнерство – добровільна співпраця двох або кількох осіб, це найвища форма співпраці. Термін «партнерство» переважно визначають як: – система відносин, які складаються у процесі певної спільної діяльності;

– спосіб взаємодії та взаємин, організованих на принципах рівності, добровільності, рівнозначності та доповнюваності всіх її учасників;

– організаційна форма спільної діяльності, що передбачає об'єднання осіб на відповідних умовах розподілу праці та активної участі в її реалізації;

– спосіб відносин, за яких зберігаються права кожної зі сторін, чітко узгоджені й злагоджені дії учасників спільної справи, що ґрунтуються на засадах взаємовигоди та рівноправності. Педагогіка партнерства – чітко визначена система відносин усіх учасників освітнього процесу (учнів, батьків, учителів), яка:

– організовується на принципах добровільності й спільних інтересів;

– ґрунтується на повазі й рівноправності всіх учасників, дотримуючись визначених норм (права та обов'язки) і враховуючи ціннісні орієнтири кожної зі сторін;

– передбачає активне залучення всіх учасників до реалізації спільних завдань та готовність брати на себе відповідальність за їх результати.

Акцент нашої уваги робиться на тому, що сутність педагогіки партнерства полягає в об'єктивному ставленні до учнів, забезпеченні їхніх прав на вибір, на власну суб'єктивну позицію, на повагу, право бути такими, якими вони є, а не такими, якими хоче їх бачити оточення. Але водночас педагогіка партнерства бачить в учнях рівноправних учасників освітнього процесу, свідомих і відповідальних за спільний результат. Педагогіка партнерства ґрунтується на таких принципах: повага до особистості; доброзичливість і позитивне ставлення; довіра у стосунках; діалог, взаємодія, взаємоповага; розподілене лідерство (про активність, право вибору та відповідальність за нього, горизонтальність зв'язків); принципи

соціального партнерства (рівність сторін, добровільність прийняття зобов'язань, обов'язковість виконання домовленостей).

Отже, основою педагогіки партнерства є демократичний спосіб співпраці між учителем, учнем і батьками, які об'єднані спільними цілями та прагненнями, — рівноправними учасниками освітнього процесу, відповідальними за результат. Батьки мають бути залучені до побудови освітньої траєкторії учня. Педагогіка партнерства передбачає безумовну рівність у праві на повагу, довіру, доброзичливе ставлення і взаємну вимогливість.

В умова Нової української школи розгляд педагогічного процесу неможливий без поняття «педагогічна взаємодія». Термін «взаємодія» існує для позначення впливу речей (в широкому сенсі) один на одного, для відображення взаємозв'язків між різними об'єктами, а також для характеристики форм людської діяльності і пізнання. Це процес безпосереднього або опосередкованого впливу об'єктів (суб'єктів) один на одного, що породжує їх взаємну обумовленість і зв'язок, в якому метою є встановлення особистісного взаєморозуміння по певному колу проблем і завдань, а всі учасники виступають як рівноправні партнери.

Сучасні вчені в коло учасників педагогічної взаємодії включають не тільки вчителя і учня (колектив учнів), а й інших суб'єктів: адміністрацію навчального закладу, колег-педагогів, батьків учнів. Характеризуючи даний процес як міжособистісну категорію і особливий вид спілкування, зазначає, що в ньому «активну позицію займають всі його учасники: педагог, батько, дитина. Через систему вибудовуваних взаємо узгоджуваних дій і забезпечується взаємоприйнятний результат. Якщо вчитель є активним суб'єктом педагогічної взаємодії в силу самої сутності своєї професійної діяльності, то другим основним суб'єктом по праву є учень, так як вся система освіти функціонує саме з метою досягнення прогресивних змін в його особистості (в інтелектуальній і операційній, емоційній і мотиваційно-вольовій сферах). Батьки, будучи свідомо зацікавленими в даних змінах, також повинні брати активну участь у вирішенні освітньо-виховних завдань.

Ефективна діяльність педагога немислима без тісної співпраці з педагогічним колективом школи, психологічною службою, органами соціальної допомоги та захисту, батьками. Від чіткої взаємодії вчителя зі шкільним психологом, лікарем, вчителями, вихователями, адміністрацією, родичами учнів, а також позашкільними установами буде залежати успішність вирішення багатьох життєво важливих проблем дітей. Тільки за умови тісної співпраці всіх суб'єктів педагогічної взаємодії можна домогтися якісного вирішення освітніх, виховних, розвиваючих завдань.

Взаємодія сім'ї і школи – складна проблема, що пройшла в своєму розвитку тривалий час, набуваючи різної спрямованості, характеризуючись різними підходами до її розв'язання на різних етапах поступу суспільства. Однак і сьогодні взаємодія цих двох соціальних інститутів не втрачає своєї актуальності, наповнюючись новим змістом, що зумовлено процесами, які відбуваються в системі освіти загалом і в сім'ї зокрема.

Особливе значення для встановлення ефективної взаємодії з батьками має період навчання дитини в початкових класах, коли батьки залюбки відвідують навчальний заклад, цікавляться навчанням і поведінкою дитини. Це створює позитивні передумови для надання батькам психолого-педагогічної допомоги у сімейному вихованні дитини, її належному розвитку. Найбільш прийнятними для цього формами О. Пухта вважає батьківські збори, батьківський всеобуч, родинні свята, спортивні та культурно-масові заходи. Водночас визнається потреба упровадження в роботу з батьками елементів освітніх технологій, що – допоможе розкрити нові грані співпраці, збагатити батьків психолого-педагогічними знаннями, розвинути навички продуктивного спілкування [4, с. 74].

Таким чином, важливо акцентувати увагу на тому, що педагоги під час розроблення цієї стратегії мають передбачити проблеми, які є актуальними для окремих сімей, вибудовувати роботу з батьками на випереджальному принципі, готувати батьків до розуміння відносин з

дітьми та їхніх проблем. Важлива роль у цьому відводиться пропагуванню педагогічних знань з метою підвищення педагогічної освіти батьків. Поряд із цим, до основних напрямів взаємодії сім'ї і школи пропонуємо відносити: залучення батьків до життя школи; досягнення узгодженості у підходах до дитини; надання кваліфікованої допомоги і підтримки батькам і дитині у складних педагогічних та життєвих ситуаціях.

Список використаних джерел

1. Виноградова Т.В. Взаємодія батьків і педагогів – необхідна умова для виховання нового покоління. *Педагогічна скарбниця Донеччини.* 2003. № 2. С. 51–52.
2. Інтерактивні технології навчання: теорія, практика, досвід: методичний посібник / авт. уклад. : О. Пометун, Л. Пироженко. Київ : АПН, 2002. 136 с.
3. Концепція «Нова українська школа». URL: https://mon.gov.ua/storage/app/media/zagalna%20serednya/nova-ukrainska-shkola-compressed.pdf
4. Пухта О. Співпраця батьків та школи у вихованні дітей. *Педагогічний пошук*. 2006. №3(5). С. 74–75.

Бринявська Н.М.,
магістрантка спеціальності «Соціальна робота»
Ніжинського державного університету імені Миколи Гоголя;
Борисюк С.О.,
кандидат педагогічних наук, доцент
кафедри соціальної педагогіки і соціальної роботи
Ніжинського державного університету імені Миколи Гоголя;
Опанасенко О.О.,
аспірантка кафедри соціальної педагогіки і соціальної роботи
Ніжинського державного університету імені Миколи Гоголя
Україна, м. Ніжин

ДОСТУПНІСТЬ НАВЧАЛЬНОГО СЕРЕДОВИЩА ЯК ВАЖЛИВА УМОВА РЕАЛІЗАЦІЇ ПРАВ ДИТИНИ З ІНВАЛІДНІСТЮ НА ОСВІТУ

Важливу роль у створенні інтегрованого суспільства, де громадяни з інвалідністю зможуть брати повсякденну участь у його житті, відіграє доступність навколишнього середовища. Людина не може скористатися наданими їй правами, якщо вона не має до них «доступу», тобто відповідних умов для їх реалізації. Доступність *є* однією з ключових умов забезпечення права на освіту для усіх її здобувачів, у тому числі, і різновікових осіб з інвалідністю.

Особливого значення дана об'єктивна вимога набуває у процесі реалізації прав дітей з інвалідністю, оскільки їм доводиться долати численні додаткові перешкоди на шляху отримання освітніх послуг та не брати повноцінну, рівноправну участь у суспільному житті загалом. Разом з тим, різне розуміння та трактування питань доступності призводить до хаотичності в освітній політиці та є суттєвим бар'єром для формування її інклюзивності на усіх рівнях. Загалом, поняття доступності середовища достатньо широке та охоплює різні сфери життя членів суспільства: навчання, транспорт, будинки, суспільні місця тощо. Багато з цих сфер є у прямій залежності від потреб дитини (наприклад, доступність до навчальних приміщень – одна з умов доступності освіти) та впливає на включення людини у суспільство загалом.

Доступність у широкому розумінні є одним із принципів, на якому базуються різні вітчизняні та міжнародні документи. Так, Конвенція ООН про права осіб з інвалідністю в статті 9 наголошує, що держава має вжити належних заходів для забезпечення особам з інвалідністю *доступу на рівні з іншими до* фізичного оточення, транспорту, інформації, зв'язку, зокрема інформаційно-комунікаційних технологій і систем, а також до об'єктів та послуг у міських та сільських районах.

Ратифікація Україною Конвенції ООН про права осіб з інвалідністю надала можливість імплементувати питання доступності, універсального дизайну, розумного пристосування в законодавчо-нормативні акти, у тому числі, і у сфері освіти [3]. З огляду на це, доступність стосується різних сфер освіти – інформації, комунікації, застосування асистивних технологій, навчального процесу тощо. З іншого боку, протягом останніх років у нашій країні використовуються різноманітні підходи до архітектурної доступності закладів освіти та об'єктів громадського користування в контексті концепції «середовище без перешкод». Така ситуація призводить д**о вузькоспеціалізованого дизайну і часткового вирішення проблеми,** що передбачає обмеження чи заздалегідь визначений вибір змін в умовно непристосованому середовищі. Часто, це **окремі рішення і лише для певної категорії осіб з особливими освітніми потребами** (тобто, простір роблять доступним лише для однієї нозології, а не для усіх осіб, які перебувають і використовують даний простір) [5]. Разом з тим, варто враховувати, що психофізичний стан дітей з інвалідністю може змінюватись з часом: проблема може бути подолана або ж, навпаки, може прогресувати. Таким чином, деякі фізичні недоліки впливають лише на певну сферу діяльності людини, а решта можуть бути незначними і непомітними для інших. Останні дослідження в контексті акторно-мережевої теорії показують, що доступність повинна означати значно більше, ніж просто безпосередній та безперешкодний доступ до приміщень з допомогою допоміжних або спеціальних засобів**. Універсальне або інклюзивне проєктування приміщень** – це сучасний підхід до облаштування середовища з метою забезпечення **зручності та комфорту для усіх.** Наприклад, широкі двері у навчальних кімнатах, відсутність порогів – це потрібно і дітям з особливими потребами, і старшій особі, і обслуговуючому персоналові та іншим [4].

Доступність з'являється там, де зникають її антиподи – перешкоди і бар'єри, які умовно об'єднують у такі основні групи, як: фізичні, інформаційні, інституційні, ментальні. Враховуючи важливу роль і особливе політичне, соціальне, економічне значення «доступності» в реалізації прав людей з інвалідністю та маломобільних груп населення (до яких відносять осіб з ураженнями опорно-рухового апарату, вадами зору і дефектами слуху, а також осіб похилого віку) у багатьох країнах дотримання її принципів і вимог гарантується міжнародним і національним законодавством [1; 2; 3; 4].

Отже, державна турбота про людей з інвалідністю є мірилом рівня її соціального розвитку, цивілізованості та демократизації. Широке застосування законодавчих та нормативних документів з питань формування максимально зручних умов життєдіяльності та освіти, зокрема, осіб з особливими потребами – це один із критеріїв на шляху інтеграції України до міжнародного співтовариства. Економічна, культурна, освітня та соціальна ситуація в нашій країні впливає на вирішення зазначених проблем.

Список використаних джерел

1. Конституція України. Сайт Верховної Ради України. URL: http://zakon1.rada.gov.ua/cgi-bin/laws/main.cgi?nreg=254%EA%2F96-%E2%F0

2. План дій Ради Європи щодо сприяння правам і повній участі людей з обмеженими можливостями в суспільстві: покращення якості життя людей з обмеженими можливостями в Європі в 2006–2015 роках : Резолюція Ради Європи Rec(2006)5.

3. Конвенція про права інвалідів. Резолюція Генеральної асамблеї ООН № 61/106, прийнята на шістдесят першій сесії ГА ООН 2006 р. (Конвенцію ратифіковано законом України № 1767-VI від 16.12.2009).

4. Забезпечення доступності споруд для людей з інвалідністю: Українська Гельсінська спілка з прав людини. URL: https://helsinki.org.ua/advices/zabezpechennya-dostup- nosti-sporud-dlya-lyudej-z-invalidnistyu/

5. Інформаційний портал «Безбар'єрна Україна». URL: www.netbaryerov.org.ua

Вішталюк В.В.,
магістрантка спеціальності «Соціальна робота»
Національного авіаційного університету;
Прожога І.В.,
кандидат економічних наук,
доцент кафедри соціальних технологій
Національного авіаційного університету
Україна, м. Київ

ВСТАНОВЛЕННЯ ПРОФЕСІЙНИХ ВИМОГ ПРАЦІВНИКІВ СОЦІАЛЬНИХ СЛУЖБ

Як і у всіх професіях, фахівцям соціальної сфери слід дотримуватися ключових меж, щоб захистити себе, своїх клієнтів та організацію, в якій вони працюють. Ці межі мають на меті забезпечити, відносини між фахівцями соціальної сфери та клієнтами залишаючись професійними, навіть коли працюють над дуже особистими та складними питаннями.

Цю тему досліджували автори таких наукових тез: Т.Ф. Алексеєнко, О.В. Безпалько, Н. Болотіна, О.І. Бондарчук, І. Гуменюк, А.К. Долгушин, Л.Г. Коваль, Т.В. Кравченко, Л.М. Линник, І.М. Трубавіна.

Основні межі, які можуть мати наслідки в практиці та поведінці [1]:

1. Клієнтська спрямованість. Від соціального працівника, як очікується, розміщуватиметься потреба користувачів сервісу на навантаженні справи в центрі будь-яких рішень, які він приймаєте щодо них та їхнього життя;

2. Саморозкриття. Інформація про себе та своє особисте життя не повинна розкриватися клієнтам;

3. Подвійні відносини. Соціальний робітник не повинен підтримувати більше одного типу відносин з клієнтом, наприклад, вони не можуть працювати на соціального працівника, бути членом сім'ї або отримувати від працівника додаткову приватну підтримку, а також бути одним із його клієнтів;

4. Робота в межах компетенції. Важливо, щоб соціальний працівник розумів обмеження ролі та своїх особистих можливостей, а коли звертається до інших фахівців або шукає подальшу підтримку та поради для себе та своїх клієнтів;

5. Догляд за собою. Соціальний працівник несе відповідальність за те, щоб переконатися, що знаходиться у справі, щоб виконувати ту роботу, яку він зобов'язаний виконати. Це стосується не тільки вашої поведінки поза роботою, але і того, як він керує своїм стресом та емоціями в процесі роботи та спричиненими вашою роботою;

Перетинання або порушення меж. Реальність роботи в секторі соціального обслуговування полягає в тому, що межі будуть перетинатися в різних точках з різних причин, будь то проста людська помилка, втома, стрес, маніпуляції клієнтами, складні ситуації,

невдача чи просто поганий день у офіс. Робота соціального працівника – виявити потенційні та фактичні переходи меж та вжити відповідних заходів.

Перетин меж, як правило, є частиною схеми або форму поведінки між соціальним працівником та клієнтом. Значна частина накопичень може бути внутрішньою для одного або обох з працівників. Для соціальних фахівців не практично оскаржувати все, що говорить або робить клієнт, що може бути перекресленою межею, і тому вони повинні працювати в світі, де ми, по суті, робимо поточну динамічну оцінку ситуації, втручаючись, де це необхідно.

Ключовим фактором управління багатьма з цих меж є розуміння різниці між професійними та особистими стосунками та забезпечення того, що поведінка соціального робітника завжди залишається з правого боку лінії [1]:

1. Професійні стосунки обмежені часом;
2. Мають чітку роль і призначення;
3. Мають певну структуру;
4. Один учасник тримає владу і спеціально навчається та підтримується для ролі;
5. Є дисбаланс сили на користь професіонала;
6. Професіонал несе відповідальність за добробут непрофесіоналів і існують правила та межі, які керують відносинами.

Після того, як фахівець дозволить, щоб стосунки увійшли в деякі особисті сфери, їм набагато важче зберегти інші професійні межі. Працівник також виявляє, що, коли він поводить себе професійно, клієнти будуть здивовані, нещасні та обурені, оскільки вони, можливо, очікували особистої відповіді. Він також виявить, що працівнику може бути набагато складніше приймати рішення, які вимагає від них їхня роль чи послуга, якщо вони згубні для клієнта. Працівник та клієнт повинні зрозуміти, що соціальний робітник не є буквально, потенційно чи образно їх другом, батьком, партнером чи дитиною, і він зобов'язані переконатися, що це не так.

Багато фахівців входять у сферу соціальної роботи, щоб допомогти іншим зростати та покращувати їхні життєві обставини. Однак, працюючи з клієнтами, соціальні працівники повинні дотримуватися чітких меж для забезпечення професійної доброчесності та відповідальності.

Під час роботи з клієнтами основна майстерність, яку повинні використовувати соціальні працівники для сприяння зростанню чи зміні клієнта, – це заслужити їх довіру, впевненість та повагу. Це невід'ємна частина стратегії залучення клієнтів, яку необхідно встановити на ранній фазі відносин. Для дітей, які перебувають у справах добробуту дітей, це є великим викликом, оскільки існує властиве право та урядові повноваження вивозити дітей із власного будинку, продовжуючи працювати з сім'ями для покращення функціонування, стабілізації та / або возз'єднання родини. На жаль, у багатьох фахівців у галузі виникають труднощі з побудови рапорту клієнтів. Прагнучі задовольнити потреби клієнтів, працівники можуть виявити, що «дружать з клієнтом» під виглядом допомоги.

У питаннях добробуту дітей безпосередні керівники повинні відігравати життєво важливу роль у моделюванні, навчанні та участі у частому обговоренні з працівниками актуальних питань залучення клієнтів, побудови довіри та забезпечення належних меж у відносинах працівника та клієнта. Школи соціальної роботи, навчання добробуту дітей та інші програми безперервної освіти також несуть відповідальність за надання освіти та інформації щодо управління взаємовідносинами з клієнтами та вивчення поточних етичних питань.

Наступні фактори поведінки можуть бути підставою для сигналізації про порушення у відносинах працівник / клієнт [2]:

1. Працівник надав клієнтові свою персональну електронну пошту, стільниковий номер, домашню адресу або номер телефону, а може навіть розкрити його сторінку в соціальній мережі;

2. Працівник та клієнт спілкуються між собою за допомогою текстових повідомлень через стільниковий телефон на особистому та / або мобільному телефоні працівника;

3. Працівник є добродушним і користується фізичними зв'язками з клієнтами, такими як обійми або обійми при контакті, поцілунки, потирання плеча, руки чи обличчя, щоб забезпечити комфорт та підтримку клієнта;

4. Працівник проводить тривалі години телефону з клієнтом протягом робочого дня або навіть в особистий час;

5. Працівник може одягатися провокаційно в дні, коли планується побачити клієнта;

6. Працівник, як правило, проводить з клієнтом непомірний час, як заплановані, так і позапланові візити, порівняно з іншими клієнтами;

7. Працівник часто розмовляє про клієнта і може навіть відкрито ділитися тим, наскільки він або вона любить, фантазує або може стосуватися клієнта;

8. Під прикриттям відвідування клієнта працівник може почати часто проводити час із клієнтом у різних ресторанах, кінотеатрах чи інших громадських місцях за межами дому клієнта чи навіть у будинку;

9. Працівник вільно ділиться та обговорює свій особистий досвід із клієнтом;

10. Працівник витрачає свої власні особисті кошти на підтримку потреб клієнтів, особливо якщо агентство не платить за потреби клієнтів, тоді як працівник вирішує взяти на себе витрати самостійно;

11. Працівник бере участь у вживанні наркотиків та / або алкоголю з клієнтом;

12. Співробітники починають говорити про працівника та його / її стосунки з конкретними клієнтами;

13. Родина клієнта та / або особисті друзі починають говорити про кількість часу, який працівник проводить з клієнтом, і навіть можуть поділитися такою інформацією з агентством.

Сказане не є вичерпним переліком, але сигналізує про те, що залучення працівника до клієнта вимагає подальшого дослідження та уваги. Якщо у супервізора є підозра або занепокоєння, важливо документувати та надавати доручення іншим органам влади. У деяких випадках це може бути питання трудових відносин або питання тренінгу чи навчання серед працівника та керівника.

Чому фахівець соціальної сфери ризикує заразити процес залучення клієнта або фактичні робочі стосунки. Немає остаточної або навіть простої відповіді. Еріксонська стадія розвитку юного дорослого віку, коли спостерігається зосередженість на інтимності та розширенні міжособистісних стосунків, може припустити, що соціальні працівники віком від 22 до 25 років вразливі до таких порушень, які виникають під час пошуку особистого та / або професійного спрямування. Інші можуть припустити, що використання соціальних працівників та / або зловживання ними повноваженнями може бути фактором, що сприяє роботі з вразливими клієнтами, яким не вистачає навичок прийняття рішень чи розширення можливостей. З інших, можна припустити, що завжди є люди будь-якої професії, які будуть порушувати правила та норми поведінки, незважаючи на будь-яку ступінь підготовки, нагляду.

Фахівці соціальної сфери, несуть відповідальність за вивчення питань взаємовідносин із клієнтами та етичних меж. У епоху посилених судових процесів та складових скарг не слід ігнорувати межі. Особисті та корпоративні витрати та зобов'язання, пов'язані з претензіями на неетичну поведінку, мають тривалий вплив як на професію, так і на тих, хто обслуговується.

На щастя, навчання етиці для фахівців соціальної сфери повинно проходити відповідно до державних ліцензійних стандартів. Це дає можливість пам'ятати про етичні зобов'язання та межі в служінні іншим у цій галузі. Неліцензовані працівники не звільняються від ризику взяти на себе зобов'язання у справах добробуту дітей та інших умовах соціального забезпечення. Як державні, так і приватні організації, як правило, приписали основні

принципи, етичні процедури та вказівки щодо гарантій політики, що регулюють сферу обов'язків працівників щодо надання послуг клієнтам. Це покликане зберегти все в безпеці.

Фахівці соціальної сфери повинні вивчити власну поведінку та взаємодію у способі спілкування з нашими клієнтами. Сюди входить вербальне та невербальне спілкування. Вивчити і визначити, здорові чи нездорові навички залучення клієнта. Переглянути перелік сигналів та попереджувальний список можливих факторів ризику.

Таким чином, ми проаналізували такі професійні межі працівників соціальних служб: клієнтська спрямованість, саморозкриття, подвійні відносини, робота в межах компетенції, догляд за собою. Також, перерахували фактори поведінки, які можуть бути підставою для сигналізації про порушення у відносинах працівник/клієнт.

Список використаних джерел

1. Алексеєнко Т.Ф. Молода сім'я в сучасному виховному процесі. *Педагогіка і психологія*. 1998. № 4. С. 53–59.

2. Линник Л.М. Важковиховані діти: вплив сімейного середовища. *Соціальна робота в Україні: теорія і практика.* 2003. № 1. С. 96–98.

Горбенко А.С.,
магістрантка спеціальності «Соціальна робота»
Національного авіаційного університету;
Савельчук І.Б.,
доктор педагогічних наук, професор
Національного авіаційного університету
Україна, м. Київ

ЧИННИКИ ВПЛИВУ СИНДРОМУ ПРОФЕСІЙНОГО ВИГОРАННЯ НА УСПІШНІСТЬ ДІЯЛЬНОСТІ СОЦІАЛЬНИХ ПРАЦІВНИКІВ

Феномен синдрому професійного вигорання бере свій початок з хронічного повсякденного навантаження, емоційної перевтоми пережитої людиною в особистісно-значущих ситуаціях спілкування з іншими людьми. Найчастіше він трактується як довготривала стресова реакція, що виникає внаслідок тривалих професійних стресів середньої інтенсивності, а тому розглядається в аспекті особистої деформації професіонала [4, с. 211].

Професійне вигорання є особливою формою професійної дезадаптації, яка призводить до зниження якості роботи, втрати інтересу до неї і навіть до зміни професії та роду діяльності.

Синдром професійного вигорання притаманний працівникам «комунікативних» професій, що пред'являють високі вимоги до психологічної стійкості в ситуаціях ділового спілкування. Загалом, під професійним вигоранням соціальних працівників розуміється стан їх фізичного, емоційного і розумового виснаження, що впливає на успішність виконання професійної діяльності. Саме професія соціального працівника найбільш схильна до вигорання внаслідок специфіки своєї діяльності. Про що свідчать результати опитування фахівців соціальної сфери м. Києва щодо впливу сукупності факторів на формування синдрому професійного вигорання (табл. 1).

Табл. 1

Фактори, що сприяють синдрому професійного вигорання у соціальних працівників

Фактори, що сприяють формуванню синдрому професійного вигорання	Розподіл за віком, у %						
	22-26 років	27-31 років	32-36 років	37-41 років	42-46 років	47-54 років	55+ років
Рівень заробітної плати	72,0	57,1	56,6	54,3	51,8	44,6	43,2
Робочі перенавантаження	48,2	45,3	38,2	27,8	25,4	23,3	17,2
Умови праці	44,1	37,3	42,9	48,3	56,3	61,2	75,2
Зміст праці	28,0	30,1	28,5	28,1	25,8	24,3	23,4
Освіта	27,9	26,8	19,8	18,1	15,2	14,9	11,2
Самооцінка	1,1	2,6	4,0	6,3	8,6	9,3	12,5
Особливості характеру	16,0	41,2	33,3	31,2	29,9	26,5	25,5

Як бачимо, чинники, на які вказали соціальні працівники, свідчать про те, що професія соціального працівника ще на шляху формування позитивного іміджу в українському суспільстві. Фактично висока оцінка фактору «рівень заробітної плати» підтверджує недостатньо сформовану престижність праці соціального працівника. Середні показники впливу фактору «освіта» працівниками соціальної сфери вказують на необхідність оволодіння практичними навичками подолання складних життєвих ситуацій різних категорій клієнтів та на розширення можливостей підготовки соціальних працівників засобами формальної й неформальної освіти [6], актуалізацію партнерської взаємодії для успішності професійної діяльності [2].

Джерелом професійного вигорання соціальних працівників можуть бути протиріччя між очікуваннями щодо соціальної роботи, її статусу у суспільстві та реальної організацією практичної соціальної роботи в територіальних громадах. Оплата праці та відносно низький соціальний статус це ті основні фактори, які сприяють появі синдрому професійного вигорання у соціальних працівників. Саме тому, успішність професійної діяльності цілком залежить від відповідності між очікуваннями та реальною дійсністю практичної соціальної роботи.

Щодо віку соціальних працівників, то загроза виникнення синдрому професійного вигорання стає можливою на початку професійного становлення та в період виходу на пенсію. Але соціальні працівники, які здійснюють професійну діяльність з високою самовіддачею та відповідальністю, мають покликання до соціальної роботи, допомагають іншим та працюють до самозабуття виконуючи професійні завдання створюють передумови для виникнення та подальшого формування синдрому професійного вигорання [5, с. 104]. Слід зауважити, що соціальні працівники з високим ступенем професійного вигорання мають найнижчі показники особистісного адаптаційного потенціалу, поведінкової регуляції і нервово-психічної стійкості, застосовують обережні стратегії поведінки, уникають проблемних ситуацій, імпульсивних дій [3], не відчувають радості, задоволення від своєї праці та активної взаємодії з клієнтами соціальної роботи [4]. Соціальні працівники, які характеризуються високим рівнем вигорання, частіше за своїх колег з низьким рівнем, використовують такі способи поведінки як уникнення і агресивні дії та рідше – пошук соціальної підтримки [5, с. 105].

Загалом, синдром професійного вигорання негативно впливає на якість життя та успішність професійної діяльності фахівців соціальної сфери, оскільки він призводить до різних наслідків: соціальних, особистісно-фізіологічних, матеріальних, психологічних. Отже, синдром професійного вигорання є надзвичайно шкідливим станом, який потребує своєчасної діагностики, проведення індивідуальної та групової роботи з попередження виникнення основних симптомів професійного вигорання, а також формування навичок ефективного подолання професійних стресів. Тому доцільно організовувати проведення спеціальних

програм та тренінгових занять з психологічного розвантаження та навчання прийомам і технікам, що знижують ризик появи синдрому.

Список використаних джерел

1. Авраменко М.Л. (Ред.). Профілактика професійного вигорання працівників соціальної сфери : методичні рекомендації. Лютіж : Всеукр. Центр профес. реабілітації інвалідів. 2008.

2. Бибик Д.Д., Савельчук І.Б. Форми реалізації партнерської взаємодії освітніх закладів з фахівцями громадських організацій та суб'єктами волонтерської діяльності. *Педагогіка партнерства: стан, проблеми, перспективи : матеріали всеукраїнської науково-практичної конференції (з міжнародною участю)*, 2020. С. 52–54.

3. Главацька, О. Особливості професійного вигорання соціальних працівників, *Social Work and Education*, 2017. Vol. 4, No. 2., pp. 46–62.

4. Карамушка Л.М., Зайчикова Т.В. Проблема синдрому «професійного вигорання» в педагогічній діяльності в зарубіжній та вітчизняній психології. *Актуальні проблеми психології*: зб. наук. праць Інституту психології ім. Г. С. Костюка АПН України. 2006. Т. 1., 210–217.

5. Романовська О.В., Набільська Є.М. Причини та особливості прояву синдрому «професійного вигорання» в соціальних працівників. *Вісник НТУУ «КПІ». Політологія. Соціологія. Право.* 2011. Вип. 3(11). С. 103–107.

6. Савельчук І.Б. Соціально-педагогічне середовище навчально-професійних студій як чинник формування інноваційного потенціалу майбутніх соціальних працівників. *Освітологічний дискурс*. 2015. №(1). С. 204–214.

Іванова А.І.,
студентка спеціальності «Соціальна робота»
Національного університету «Запорізька політехніка»;
Балухтіна О.М.,
кандидат історичних наук, доцент кафедри
соціальної роботи та психології
Національного університету «Запорізька політехніка»
Україна, м. Запоріжжя

СОЦІАЛЬНА АДАПТАЦІЯ ЖІНОК, ЯКІ ВІДБУЛИ ПОКАРАННЯ В МІСЦЯХ ПОЗБАВЛЕННЯ ВОЛІ

Актуальною проблемою в Україні залишається соціальна адаптація осіб, які повертаються з місць позбавлення волі. Зниження рівня життя та безробіття призвело до зростання жіночої злочинності. Суспільство зацікавлене в тому, щоб колишній в'язень швидше засвоїв певні правила поведінки та нові життєві цінності – від цього залежить його подальша доля та доля оточуючих.

Реабілітація в рамках підготовки до звільнення жінки починається з першого дня відбування покарання, оскільки за три місяці до звільнення не можливо відновити соціальні зв'язки. Після звільнення з місць позбавлення волі правовий статус особи кардинально змінюється, правоздатність практично відновлюється, але після звільнення ці люди зазвичай стикаються зі значними труднощами в реалізації себе в суспільстві.

Характер і зміст соціальної адаптації засуджених жінок досліджено в роботах таких вчених: І.Г. Богатирьов, О.В. Беци, О.В. Киричук, О.О. Шкута.

Для того, щоб осмислити процес спілкування соціального працівника і колишнього ув'язненого, поважно визначити його спрямованість, цінності, відповідно до якого воно повинне будуватися. Кримінальний кодекс України доповнено статтями, які більше гуманізують виконання вироків жінкам, передбачаючи збільшення побачень з рідними та близькими, збільшення кількості телефонних розмов. Всі ці заходи сприятимуть виправленню та створять умови для ресоціалізації жінок, збереження їх сімей. Слід зазначити, що жінкам важче адаптуватися до життя на волі, оскільки більшості з них нікуди повертатися (втрачено сім'ю, зв'язок з дітьми). В більшості випадків вони переживають набагато більше розлучень і розпадів сімей. А оскільки саме жінка несе відповідальність за сім'ю та дітей, факт її ув'язнення може спричинити проблеми не лише для неї, а й для всіх членів родини. Сім'я відіграє роль стримувального фактора, який підтримує позитивну поведінку жінки в колонії та після звільнення. Крім сім'ї, важливу роль у соціальній адаптації відіграють батьки, брати, сестри, дідусі, бабусі та інші родичі.

Процес повернення жінок, звільнених із місць позбавлення волі, до законослухняного життя дуже складний і додатково ускладнюється, якщо жінка була засуджена неодноразово та провела в місцях позбавлення волі декілька років [4, с. 130]. Хоча в установах виконання покарань жінка іноді набуває для себе нових навичок кримінального життя, більш того, під час виконання покарання можуть поглиблюватися деякі деформації особистості, що суттєво ускладнює ресоціалізацію неодноразово засуджених жінок та їх соціальну адаптацію після звільнення.

Розглянемо дослідження, яке проведене впродовж листопада 2018 – травня 2019 рр. на базі 25 установ виконання покарань Центрального, Центрально-Західного, Західного, Північно-Східного, Південного та Південно-Східного Міжрегіональних управлінь з питань виконання кримінальних покарань і пробації Міністерства юстиції України, а також ГО «Світло надії» та «Волна», за ініціативи Адміністрації Державної кримінально-виконавчої служби України, Проєктного офісу з питань пробації Міністерства юстиції України та Інституту кримінально-виконавчої служби. Дослідження мало назву «Хвилювання засуджених жінок перед звільненням». Кількість респондентів не вказано. Запитання передбачало кілька відповідей. За результатами, найбільше перед звільненням жінок хвилює: складнощі з працевлаштуванням на волі – 40%; нове життя на волі загалом – 29,2%; нічого не хвилює –26,2%; неприйняття/осуд з боку суспільства (старі друзі, сусіди тощо) – 18,5%; ризик повернення до протиправної поведінки 10,8%; ризик повернення до старих шкідливих звичок (вживання алкоголю чи наркотиків) – 12,3%; проблеми зі здоров'ям – 10,8%; відсутність документів – 7,7%; відсутність житла – 6,2%; найменше хвилює (3,1%) неприйняття/осуд з боку родини. Деяких респондентів хвилює питання освіти, зокрема його вартість. Водночас, на пряме запитання щодо наявності паспорта 5,4% жінок відповіли, що наразі паспорта не мають.

За наказом Міністерства соціальної політики «Про затвердження Державного стандарту соціальної адаптації» від 18.05.2015 р. №514, соціальна послуга соціальної адаптації – комплекс заходів, що здійснюється протягом строку, необхідного для процесу активного гармонійного пристосування осіб, які перебувають у складних життєвих обставинах, у тому числі осіб похилого віку, осіб з інвалідністю, осіб, які перебували у спеціалізованих або інтернатних закладах, осіб, які відбули покарання у вигляді обмеження або позбавлення волі на певний строк, до змінених умов соціального середовища, спрямованих на усунення/пристосування обмежень життєдіяльності для підтримки соціальної незалежності, збереження та продовження їхньої соціальної активності. Соціальна послуга в обсягах, визначених цим Державним стандартом, надається безоплатно, за плату або з установленням диференційованої плати [1].

Тому, соціальна адаптація жінки–в'язня – це комплекс заходів, спрямованих на відновлення зв'язків та соціальну реінтеграцію після звільнення.

Характерні особливості соціальної адаптації:

1) формування професійно-правової орієнтації звільнених на вільне від злочинності життя, адаптація до нового життя, повага до норм кримінального права та правил суспільної поведінки;

2) відновлення соціальних зв'язків у культурній, економічній, правовій, сімейній та інших сферах суспільного життя;

3) виховання у звільненої особи хороших звичок на виробництві, підвищення кваліфікації або працевлаштування за спеціальністю, набутою звільненою особою до або після засудження, після відбуття покарання чи звільнення;

4) вирішення житлових проблем;

5) ставлення до звільнених осіб місцевих і муніципальних органів влади, трудових населених пунктів, внутрішніх органів, керівництва підприємств, працівників установ і організацій;

6) необхідність надання психологічної та медичної допомоги;

7) взаємозв'язок між системою психологічної установки індивіда та потребами навколишнього середовища трудового колективу, домашньої обстановки, сім'ї тощо;

8) вплив кримінального світу, колишніх засуджених та кримінальних факторів на звільнених, які не дають їм можливості адаптуватися на волі;

9) перебудова соціальних, побутових, моральних та психологічних уявлень і поглядів на життя в процесі соціальної адаптації.

У період реінтеграції після в'язниці жінки повинні вирішити ряд проблем пов'язаних із соціальною та трудовою адаптацією. Цей період включає такі етапи: працевлаштування, отримання паспорту, реєстрація (прописка) за старим або новим місцем проживання, налагодження та відновлення стосунків з рідними та близькими, забезпечення проживання, отримання медичної та психологічної допомоги, налагодження стосунків з поліцією, створення репутації за місцем проживання.

Сьогодні в Україні для колишніх засуджених працюють 35 центрів соціальної адаптації, притулків (комунальних, недержавних), основним завданням яких є надання допомоги засудженим громадянам, допомога у вирішенні побутових проблем, працевлаштування, направлення до медичних закладів [2]. Практично всім центрам бракує державної підтримки, фінансів та ресурсів, які формуються у вигляді пожертвувань, благодійних внесків.

Центр соціальної адаптації – соціальна установа, діяльність якої спрямована на поступове повернення звільнених осіб до самостійного загальноприйнятого соціально-нормативного життя в суспільстві шляхом надання їм соціальних послуг та сприяння в отриманні іншої допомоги з урахуванням індивідуальних потреб. Індивідуальна робота здійснюється соціальними працівниками. Вивчення особистостей клієнтів, здійснення психокорекційного впливу, розробка рекомендацій забезпечуються практичними психологами. Організація освітньої, культурно-масової, фізично-виховної роботи з клієнтами здійснюється відповідними працівниками на підставі цивільно-правового договору. Для надання медичної допомоги клієнтам у Центрі працюють фельдшер та сестра медична, які, у разі потреби, направляють клієнта на стаціонарне лікування до закладів охорони здоров'я за територіальним розташуванням Центру. Для проведення виховної роботи з клієнтами можуть залучатися на добровільних засадах представники громадських та релігійних організацій, установ, окремі громадяни. Методичне керівництво роботою цих осіб покладається на працівників Центру [3]. Консультативно-виховна робота з адаптації з клієнтами протягом трьох останніх місяців їх перебування в місцях позбавлення волі проводиться соціальними працівниками Центру.

Проблему працевлаштування жінок можна розв'язати шляхом створення при місцевих органах влади регіональних центрів зайнятості для засуджених [5, с. 303]. Назріла нагальна потреба в об'єднанні зусиль різних державних органів, громадських та релігійних організацій у цьому напрямку та створенні єдиного органу, який би займався соціальною адаптацією правопорушників.

Окрім вирішення питань працевлаштування та ресоціалізації засуджених, необхідно також вирішити житлово-трудове влаштування жінок, які відбули покарання. У Державній пенітенціарній службі України та її підрозділах створюються центри ресоціалізації правопорушників**,** де спеціалізовані жіночі підрозділи покликані допомогти у влаштуванні дітей до дитячих закладів, організувати опіку, надати кваліфіковану медичну, юридичну допомогу, матеріальну допомогу в разі потреби.

Отже, питання соціальної адаптації жінок, які повертаються з місць позбавлення волі, завжди було гострим і актуальним. Майже кожна потребує допомоги у працевлаштуванні, охороні здоров'я, забезпеченні житлом, відновленні сімейних зв'язків та спілкуванні. Держава зацікавлена в успішній адаптації жінок, які відбували покарання, і реалізовує цілі – через відповідні нормативно-правові акти, накази, створення центрів соціальної адаптації, підготовку психологів, соціальних працівників.

Список використаних джерел

1. Про затвердження Державного стандарту соціальної адаптації : Наказ Міністерства соціальної політики України від 18.05.2015 р. № 514. URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/z0665-15#Text. (дата звернення 10.10.2022)

2. Про соціальну адаптацію осіб, які відбувають чи відбули покарання у виді обмеження волі або позбавлення волі на певний строк : Закон України від 17.03.2011 р. № 3160-VI. URL : https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/3160-17#Text. (дата звернення 10.10.2022)

3. Про центр соціальної адаптації звільнених осіб : Положення Мінпраці України від 14.02.2006 р. № 31. URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/z0476-06#Text. (дата звернення 10.10.2022)

4. Результати дослідження «Актуальні потреби осіб, засуджених до позбавлення волі, у контексті підготовки до звільнення та успішної ресоціалізації». Київ : Вид-во ФОП Буря О.Д, 2020. 150 с.

5. Спільна А.І. Проблеми соціальної адаптації жінок, звільнених з місць позбавлення волі : матеріали Всеукр. наук.-практ. конф. Київ : Вид-во ФОП Буря О.Д, 2018. С. 302–304.

Коленіченко Т.І.,
кандидат педагогічних наук, доцент,
завідувач кафедри соціальної роботи
Національного університету «Чернігівська політехніка»
Україна, м. Чернігів

ЕКОСИСТЕМНИЙ ПІДХІД ЯК ІННОВАЦІЙНА ПРАКТИКА СОЦІАЛЬНОЇ РОБОТИ З ВЕТЕРАНАМИ ГІБРИДНОЇ ВІЙНИ

Наслідком подій, які відбулися в 2014 році, стала поява в соціальній роботі нової категорії клієнтів – ветерани гібридної війни. В суспільстві створилася парадоксальна ситуація, коли з'являється нова категорія клієнтів, а відсутні теоретичні засади для роботи з даною категорією населення. Тобто, перед науковою спільнотою постав виклик – пошук нових

теоретичних підходів, які лягли б в основу напрямів роботи соціальних працівників з ветеранами гібридної війни.

Поняття «соціальна робота» протягом періоду становлення науки соціальна робота, змінювалося. У науковій праці Т. Семигіної «Сучасна соціальна робота» подано визначення поняття «соціальна робота» в його історичній ретроспекції [4]. У 2000 році під соціальною роботою розуміли систему теоретичних знань і заснована на них практика, яка має на меті забезпечення соціальної справедливості шляхом наснаження і підтримки найменш захищених верств суспільства та протидії факторам соціального виключення [3]. У 2001 році в Законі України «Про соціальну роботу з сім'ями, дітьми та молоддю» соціальну роботу визначено, як «діяльність уповноважених органів, підприємств, організацій та установ, що здійснюють соціальну роботу з сім'ями, дітьми та молоддю, а також фахівців з соціальної роботи та волонтерів, яка спрямована на соціальну підтримку сімей, дітей та молоді, забезпечення їхніх прав і свобод, поліпшення якості життєдіяльності, задоволення інтересів та потреб». У 2004 році у науковій праці «Вступ до соціальної роботи» визначено, що соціальна робота – це галузь наукових знань і професійна діяльність, спрямована на підтримання і надання кваліфікованої допомоги будь-якій людині, групі людей, громаді, що розширює або відновлює їхню здатність до соціального функціонування, сприяє реалізації громадянських прав, запобігає соціальному виключенню [1]. В науковій праці «Соціальна робота: теорія і практика» в 2015 році було зазначено, що соціальна робота – це «професійна діяльність соціальних інституцій, державних та недержавних організацій, груп і окремих індивідів із надання допомоги у здійсненні успішної соціалізації особам чи групам людей у випадках, коли за відсутності належних умов у суспільстві або особистих вад їхня соціалізація утруднюється, призупиняється або відбувається у зворотному напрямі (десоціалізація)» [2]. Отже, аналіз вищезазначених понять надає можливість побачити площину професійної соціальної роботи у розрізі її суб'єктів та об'єктів. На сьогодні, одним із важливих напрямів соціальної роботи – є допомога і підтримка ветеранів гібридної війни. Соціальна робота, враховуючи поставлені виклики, має розробити напрями роботи щодо соціальної, психологічної, реабілітаційної роботи; щодо вирішення проблеми соціальної реінтеграції, адаптації, соціалізації ветеранів. Відтак, розробляючи напрями соціальної роботи, ми за основу беремо екосистемний підхід, як один із пріоритетних підходів у дослідженні проблеми соціальної роботи з ветеранами.

Екосистемний підхід є інноваційною практикою в соціальній роботі, основний принцип якого полягає в налагодження інноваційного адаптаційного балансу між особистістю та навколишнім середовищем. Враховуючи сучасні умови, ми спостерігаємо порушення взаємовідносини в системі «особистість-навколишнє середовище». Саме тому, цей підхід є основою для розробки екосистемного підходу, який наразі використовується в практиці соціальної роботи.

Теоретичним підґрунтями даного підходу є праці Р. Баркера (Barker R.) [5], А. Хартман (Hartman A.) [8], К. Джермен [6], А. Гиттерман [6], які і визначають ефективну практику соціальної роботи в площині допомоги і підтримки ветеранів гібридної війни.

Екосистемний підхід розглядає проблеми ветеранів на соціальному рівні, а саме проблеми пов'язані з родиною, друзями, побратимами. Даний підхід дозволяє зрозуміти як множинність соціальних зв'язків ветерана впливає на процес його реінтеграції після повернення з гібридної війни. Основний акцент робиться на суб'єктивному усвідомленні власного життя та впливу соціального оточення на формування даного усвідомлення. Екосистемний підхід дозволяє розглянути проблему соціальної роботи з ветеранами в процесі їх реінтеграції.

Як бачимо, допомагати ветеранам гібридної війни у вирішенні їх проблем, пов'язаних із соціальною реінтеграцією, можливо на різних рівнях запропонованої системи, включаючи сім'ю, найближче оточення і громаду.

Соціальний працівник, працюючи з ветераном на основі екосистемного підходу, може виконувати різні професійні ролі, які допомагають у роботі з ветераном, його сім'єю, малою групою (побратимами), установами та громадою:

Conferee (*роль конферента*)*:* походить від ідеї конференції і зосереджується на діях, які виконуються, коли соціальний працівник виконує роль основного джерела допомоги ветерану у вирішенні проблем.

Enabler (роль активізатора): фокусується на діях, що виконуються, коли соціальний працівник структурує, організовує та управляє подіями, взаємодією та екологічними змінними для полегшення та покращення функціонування системи.

Broker (роль брокера): завдання соціального працівника пов'язати потреби ветерана з послугами, які надаються відповідно до задоволення потреб.

Mediator (*роль посередника*): мета соціального працівника – узгодити протилежні чи розрізнені точки зору і об'єднати учасників у спільні дії.

Advocate (роль адвоката): соціальний працівник забезпечує послуги або ресурси від імені ветерана в умовах виявленого опору або розвиває ресурси чи послуги у випадках, коли вони є неадекватними або неіснуючими.

Guardian (роль опікуна): роль опікуна визначається як вжиті дії, коли соціальний працівник виконує функцію соціального контролю або вживає захисних заходів, коли рівень компетентності ветерана визнано неадекватним [7].

Використання соціальним працівником тієї чи іншої ролі в роботі з ветераном дозволяє йому поєднувати декілька ролей для досягнення поставлених цілей. Екосистемний підхід призводить до динамічної інтеграції практичних ролей.

Підсумовуючи вищевикладене, ми можемо стверджувати, що екосистемний підхід є інноваційною практикою в соціальній роботі, яка спрямована на вирішення проблем ветерана в процесі його реінтеграції, на всіх рівнях втручання – внутрішньоособистісному, сімейному, міжособистісному, організаційному, інституційному та суспільному.

Список використаних джерел

1. Вступ до соціальної роботи / ред. Т. В. Семигіна, І. І. Мигович Київ : Академвидав, 2005. С. 9.

2. Лукашевич М. П., Семигіна Т. В. Соціальна робота: теорія і практика : підручник. Київ : Каравела, 2015. С.11

3. Полтавець В. Соціальна робота в Україні: перші кроки / за ред. В. І. Полтавця. Київ : КМ Академія, 2000. С. 5.

4. Семигіної Т. Сучасна соціальна робота. Київ : Академія праці, соціальних відносин і туризму, 2020. С. 14–15.

5. Barker R. L. The Social Work Dictionary. 3d ed. Washington : NASW Press, 1995.

6. Джермен К., Гиттерман А. Экологический подход. Энциклопедия социальной работы : пер. с англ. В 3 т. М. : Центр общечеловеческих ценностей, 1993. Т. 3.

7. Jack G. Ecological Approach to Social Work // The Blackwell Encyclopedia of Social Work / Ed. By M. Davies.- Oxford: Blackwell Publishers, 2000.

8. Hartman A., LairdJ. Family-Centered Social Work Practice. New York, Toronto, Oxford : The Free Press, 1983.

Колесник Ю.В.,
магістрант спеціальності «Соціальне забезпечення»
Національного університету «Запорізька політехніка»;

Баршацька Г.Ю.,
кандидат соціологічних наук, доцент,
доцент кафедри соціальної роботи та психології
Національного університету «Запорізька політехніка»
Україна, м. Запоріжжя

ТЕОРЕТИЧНЕ ПІДҐРУНТЯ ВИЗНАЧЕННЯ ТА ФОРМУВАННЯ СТИЛЮ КЕРІВНИЦТВА

Соціальні та економічні перетворення в суспільстві можна провести лише за умови суттєвого підвищення якості державного управління. Поширюються настрої децентралізації влади та відповідальності за виконання основної місії, покладеної на державні органи виконавчої влади. Змінюються принципи підходу до управління, бюрократична залежність та ієрархічна підпорядкованість уже не виправдовують себе, виникає нагальна потреба пошуку нових стилів керівництва.

Якість державного управління багато в чому залежить від керівників найвищого рівня. Тому вирішення проблеми підвищення ефективності діяльності керівництва, «функціональної результативності роботи державного апарату стало важливим політичним, економічним та організаційним завданням сучасного періоду». Критерій ефективність у загальному розумінні означає співвідношення між результатом і витратами. Але управлінська праця належить до найбільш складних видів людської діяльності і оцінити її ефективність не завжди можна прямим шляхом через відсутність формалізованих результатів та кількісної оцінки окремих видів виконуваної роботи.

Слово «стиль» грецького походження, означає стрижень або почерк. Звідси можна вважати, що стиль керівництва – це свого роду «почерк» в діях менеджера. Більш повне визначення стилю керівництва: відносно стійка система способів, методів і форм практичної діяльності менеджера. Крім того, під стилем управління розуміють манеру і спосіб поведінки менеджера в процесі підготовки і реалізації управлінських рішень.

Всі визначення стилю управління зводяться до сукупності характерних для менеджера прийомів і способів рішення задач управління, тобто стиль – це система постійно вживаних методів керівництва. Стиль і метод керівництва існують в певній єдності.

Прийнятий стиль керівництва може служити характеристикою якості діяльності керівника, його здібності забезпечувати ефективну управлінську діяльність, створювати в колективі особливу атмосферу, сприяючу розвитку сприятливих взаємостосунків і поведінки. Ступінь, до якої керівник делегує свої повноваження, типи влади, що використовуються ним, і його турбування, перш за все, про людські відносини або про виконання задачі – все це відображає стиль керівництва керівника.

Правильно вироблений стиль керівництва, що склався відповідно ситуації, здатний подолати непереборні перешкоди і привести систему до несподівано високих кінцевих результатів. Стиль управління багато в чому визначається індивідуальними якостями особи, але при всій їх значущості є і інші важливі компоненти, що його формують [2].

До таких компонентів відносяться: закономірність управління; специфіка сфери конкретної діяльності; єдині вимоги, що пред’являються до керівників; соціально-психологічні риси виконавців (вік, стать, кваліфікація, професія, інтереси і потреби та ін.); рівень ієрархії управління; способи і прийоми управління, що використовуються керівниками. Дані об’єктивні чинники стилю показують поєднання в діяльності керівника виробничої функції і функції регулювання взаємостосунків в колективі, характер традицій і прийомів спілкування, що склалися в ній, а тим самим і стиль роботи. «Під стилем роботи можна розуміти загальну характеристику способів, за допомогою яких відбувається взаємодія

керівників і підлеглих. Він відображає методи роботи керівника, організацію діяльності, взаємостосунки в колективі, пріоритети, позиції адміністрації, переважаючу систему цінностей, тип культури і ін.».

Стиль керівництва – «стійка система засобів, методів і форм дії керівника з колективом організації направлена на виконання місії організації і визначувана об'єктивними та суб'єктивними чинниками протікання управлінського процесу» [1], іншими словами, це типовий вид поведінки керівника по відношенню до підлеглих в процесі досягнення поставленої мети. У сучасних умовах успіх справи зумовлюється не тільки характером відносин між керівником і підлеглими і ступенем свободи, яка їм надається, але і рядом інших обставин. Віддзеркаленням цього є «багатовимірні» стилі управління, що є комплексом взаємодоповнюючих підходів, кожний з яких незалежний від інших, тому може реалізовуватися разом з ними.

Будь-яка управлінська діяльність має і суб'єктивну основу. Керівник, перш ніж прийняти якесь рішення спочатку в думках продумує всі можливі способи дії на підлеглих і вибирає залежно від ситуації найбільш, на його думку, доцільні. І, не дивлячись на те, що обов'язки керівника визначаються посадовою інструкцією, стиль роботи має відбиток неповторної особи керівника. Саме в стилі керівника виявляються його особисті якості, які дещо змінюються залежно від особливостей і потреб колективу. Сильну дію на стиль надають інтелект і культура керівника, рівень професійної і політичної підготовки, особливості характеру і темперамент, етичні цінності керівника, уміння уважно відноситись до підлеглих, здатність вести за собою колектив, створювати атмосферу захопленості роботою, нетерпимості до недоліків і байдужості.

Отже, в стилі керівництва виділяють, з одного боку, його загальну об'єктивну основу, а з другого боку, властиві даному керівнику способи і прийоми здійснення управлінських функцій. Об'єктивна складова стилю визначається сукупністю соціальних і економічних вимог до керівної діяльності. Суб'єктивні компоненти характеризуються рисами особи керівника. Але якщо в стилі не можна чітко виділити його об'єктивну основу, то ніякі, навіть найпрекрасніші, якості керівника не здатні забезпечити успіх діяльності організації.

Практична значущість робіт по класифікації стилів керівництва полягає у визначенні більш ефективного стилю. Суть тверджень прихильників авторитарно орієнтованих стилів зводиться до того, що ефективний керівник в змозі впливати на процеси планування, організації і контролю в очолюваній організації, але, в той же час, він абсолютно безсилий в зміні особистості своїх підлеглих. Тому основну увагу він повинен концентрувати на виробництві, а не на персоналі.

Список використаних джерел

1. Нагаєв В. Мистецтво управлінської діяльності і лідерство. Персонал. 2007. № 7. URL: http:// personal. in. ua/article.php?ida=541.

2. Полковенко Т. Трансформація образу лідера в сучасному соціокультурному просторі. Персонал. 2006. № 7. URL: http://personal.in.ua/ article. php? ida=333.

Конончук А.І.,
кандидат педагогічних наук, доцент
доцент кафедри соціальної педагогіки і соціальної роботи
Ніжинського державного університету імені Миколи Гоголя
Україна, м. Ніжин

СОЦІАЛЬНІ ПОСЛУГИ У СФЕРІ СОЦІАЛЬНОЇ ДОПОМОГИ ЛЮДЯМ ПОХИЛОГО ВІКУ: МІЖНАРОДНІ ВИМОГИ ТА ВІТЧИЗНЯНІ РЕАЛІЇ

На кожному віковому етапі протягом життя в людини виникають нові потреби, інтереси, які потребують своєї реалізації. Вони є рушійною силою активності людини. Досить часто, коли потреби людини не задовольняються або нехтуються, це веде до виникнення проблем, які потребують якнайшвидшого розв'язання. Адже з віком з'являються нові потреби та інтереси й відповідно – нові права. Тому у сфері соціальної допомоги потрібні дієві механізми для реалізації потреб та інтересів різних верств населення. Специфічні потреби людей похилого віку зумовлюють застосування специфічного підходу до реалізації їх потреб, що заснований на правах людини. Його підґрунтя було закладено на Світовій конференції ООН з прав людини, яка відбулася у Відні в 1993 р.(Віденська декларація). Широке застосування даного підходу відбулося на початку XXI століття після узгодження ООН ключових прав людини, а саме: загальності і невід'ємності, неподільності, взаємозв'язку і взаємозалежності, рівності і недискримінації, участі та інклюзії, підзвітності і верховенства права [1, с.19]. Підхід, заснований на правах людини, схвалений і прийнятий міжнародним співтовариством, став базою для організації надання соціальних послуг вразливим верствам населення у низці європейських країн і сьогодні активно впроваджується в Україні у сфері соціальної допомоги людям похилого віку.

Слід зазначити, що така пильна увага міжнародної спільноти до потреб і проблем людей літнього віку обумовлена безпрецедентним старінням населення світу (за прогнозами кількість людей віком від 60 років до 2025 року буде становити понад один мільярд, а до 2050 року – понад два мільярди) [4, с. 18]. У зв'язку з цим Генеральна Асамблея Організації Об'єднаних Націй 1992 року ухвалила Декларацію з проблем старіння. У Декларації зазначено, що ООН закликає світову спільноту сприяти виконанню міжнародного плану дій із проблем старіння, який розглядає людей похилого віку не як тягар, а як членів суспільства, що роблять внесок у його розвиток. Також дуже важливим стало визначення основних принципів ООН щодо людей похилого віку. До них були віднесені такі: незалежність – забезпечення доступу до продовольства, води, житла, медичного обслуговування, можливості працювати, здобувати освіту, проживати вдома доти, доки це можливо; участь – залучення до громадського життя; догляд – догляд і захист із боку родини, доступ до медичного, соціального та юридичного обслуговування; реалізація внутрішнього потенціалу – забезпечення доступу до освіти, культури, духовного життя, відпочинку; гідність – забезпечення можливості провадити гідний і безпечний спосіб життя задля максимальної захищеності літніх людей.

Реалізація принципів ООН сприяла формуванню сучасного ставлення до старості, розробленню політики поважного ставлення суспільства й держави до людей похилого віку, зберігання гідності в старості та підтримці задовільності якості їхнього життя.

Серед важливих міжнародних документів, які стосуються надання соціальних послуг людям похилого віку, варто зазначити Мадридський міжнародний план дій (ММПД) і Політичну декларацію (2002 рік, Друга всесвітня асамблея ООН з проблем старіння). Це низка зобов'язань держав-членів ООН зробити старіння основним напрямом державних програм у XXI столітті. ММПД і Політична декларація утверджують нове бачення старіння як процесу, що передбачає нові можливості для розвитку суспільства, а не лише ставить складні проблеми. Дані документи закликають до визнання важливих внесків (авторитету, мудрості, продуктивності та ін.) людей похилого віку у суспільство і тим самим пропагують їх новий образ [4, с. 6–7].

Підходи і рекомендації вищезазначених міжнародних документів щодо людей похилого віку були деталізовані у регіональних стратегіях, національних програмах. Україна

підтримала всі положення даних документів й затвердила їх у розвитку державної політики з питань соціального захисту і допомоги людям похилого віку. Зокрема, у контексті реалізації прав і соціальних гарантій людей похилого віку проаналізуємо Закон України «Про соціальні послуги» (2019 рік) [2, 3].

Так, повноваження з надання соціальних послуг отримали територіальні громади, змінився розподіл повноважень центральних та місцевих органів влади, встановлені система соціальних послуг та її учасники, етапи визначення потреб, планування, організації та фінансування соціальних послуг, а також детальний перелік тих категорій людей, яким надаються соціальні послуги. Але, у першу чергу, згідно законодавства, отримувачами соціальних послуг є особи/сім'ї, які належать до вразливих груп населення та/або перебувають у складних життєвих обставинах [2, ст.1]. Таким чином, повноваження у сфері надання соціальних послуг, передані громадам, і максимально наблизили отримувачів до цих послуг.

Закон трактує ряд важливих визначень, а саме: вразливі групи населення, забезпечення найкращих інтересів отримувачів соціальних послуг, складні життєві обставини. До останніх віднесено обставини, що негативно впливають на життя, стан здоров'я та розвиток особи, функціонування сім'ї, які особа/сім'я не може подолати самостійно [2, ст. 1]. Стаття 1 пункту 15 вищезазначеного Закону містить перелік чинників, що можуть зумовити складні життєві обставини. Серед них ми виокремили ті, які безпосередньо стосуються людей похилого віку, а саме: а) похилий вік; б) часткова або повна втрата рухової активності, пам'яті; в) невиліковні хвороби, хвороби, що потребують тривалого лікування; г) психічні та поведінкові розлади, у тому числі внаслідок вживання психоактивних речовин; ґ) інвалідність; д) бездомність; е) безробіття; є) малозабезпеченість особи; ж) насильство за ознакою статі; з) домашнє насильство; е) шкода, завдана пожежею, стихійним лихом, катастрофою, бойовими діями, терористичним актом, збройним конфліктом, тимчасовою окупацією [2, ст. 1, п. 15].

Соціальні послуги – дії, спрямовані на профілактику складних життєвих обставин, подолання таких обставин або мінімізацію їх негативних наслідків для осіб/сімей, які в них перебувають. Особі/сім'ї можуть надаватися одна або одночасно декілька соціальних послуг. Отже, основні цілі надання соціальних послуг:1) соціальна профілактика – запобігання виникненню складних життєвих обставин та/або потраплянню особи/сім'ї в такі обставини; 2) соціальна підтримка – подолання особою/сім'єю складних життєвих обставин; 3) соціальне обслуговування – мінімізацію для особи/сім'ї негативних наслідків складних життєвих обставин, підтримку їх життєдіяльності, соціального статусу та включення у громаду.

Соціальні послуги за типами поділяються на: 1) прості соціальні послуги, що не передбачають надання постійної або систематичної комплексної допомоги; 2) комплексні соціальні послуги, що передбачають узгоджені дії фахівців з надання постійної або систематичної комплексної допомоги; 3) комплексні спеціалізовані соціальні послуги, що надаються певній категорії отримувачів соціальних послуг; 4) допоміжні соціальні послуги, що надаються у вигляді натуральної допомоги та технічних послуг.

Соціальні послуги можуть надаватися:1) за місцем проживання/перебування отримувача соціальних послуг (вдома); 2) у приміщенні надавача соціальних послуг: стаціонарно – в умовах цілодобового перебування (проживання) отримувача соціальної послуги із забезпеченням харчуванням та умовами для проживання; напівстаціонарно – протягом визначеного часу доби з умовами для нічного або денного перебування; 3) за місцем перебування отримувача соціальних послуг поза межами місця проживання та приміщення надавача соціальних послуг, у тому числі на вулиці.

Залежно від строку надання соціальні послуги поділяються на послуги, що надаються: 1) екстрено (кризово) – невідкладно (протягом доби) у зв'язку з обставинами, що загрожують життю та/або здоров'ю отримувача соціальних послуг; 2) постійно – не менше одного разу на

місяць протягом більше одного року; 3) тимчасово – не менше одного разу на місяць протягом до одного року; 4) одноразово.

У загальному переліку базових соціальних послуг переважна більшість може надаватися людям похилого віку. Це: догляд вдома, денний догляд; підтримане проживання; соціальна адаптація; соціальна інтеграція та реінтеграція; надання притулку; екстрене (кризове) втручання; консультування; соціальний супровід; представництво інтересів; посередництво (медіація); соціальна профілактика; натуральна допомога; фізичний супровід осіб з інвалідністю, які мають порушення опорно-рухового апарату та пересуваються на кріслах колісних, порушення зору; переклад жестовою мовою; інформування. Крім цього Закон окреслює права та обов'язки отримувачів та надавачів соціальних послуг, підстави для відмови або припинення надання соціальних послуг.

Таким чином, надання соціальних послуг людям похилого віку в Україні сьогодні має чіткі міжнародні орієнтири щодо реалізації потреб і правового статусу літніх людей, переліку чинників вразливості, повноважень у наданні базових соціальних послуг як добровільного, так і примусового характеру. Соціальний захист людей похилого віку – це комплекс законодавчо закріплених правових, економічних і соціальних гарантій громадян, що забезпечують дотримання їхніх соціальних прав та досягнення соціально прийнятного рівня життя. Соціальна політика держави щодо людей похилого віку має бути спрямована на створення умов, що сприяють якомога довшому збереженню повноцінного, безпечного й гідного способу життя. Разом з тим, перший досвід практичної соціальної роботи засвідчує значні труднощі на цьому шляху. Вони пов'язані з тим, що органи влади не забезпечують реальних механізмів та організаційних інструментів втілення нового підходу до надання соціальних послуг людям похилого віку, мають місце нерозуміння їх потреб та відсутність кваліфікованих фахівців із соціальної роботи по наданню соціальних послуг даній категорії населення.

Список використаних джерел

1. Навчальні матеріали Всеукраїнського семінару «Підготовка соціальних працівників до розвитку інтегрованих соціальних послуг в ОТГ» розроблені експертами проєкту «ГРОМАДА для ЛЮДИНИ: підвищення компетентності громад для розвитку соціальних послуг», що реалізується Партнерством «Кожній дитині» за підтримки Програми « U-LEAD з Європою». Київ, 2019. 66 с.

2. Про соціальні послуги: Закон України від 17 січня 2019 р. № 2671-VIII. URL: https://zakon.rada. gov.ua/laws/show/2671-19

3. Семигіна Т. Нове законодавство про соціальні послуги: що воно означає для територіальних громад? *Муніципальна реформа в контексті євроінтеграції України: позиція влади, науковців, профспілок та громадськості* : Тези доповідей ІІІ щорічної Всеукр. наук.-практ. конф. Київ: ВІ ЕН ЕЙ ПРЕС, 2019. С. 42–46.

4. Чайковська В.В. Основи догляду за людьми літнього віку : методичний посібник. Київ : МБФ «Карітас України», 2022. 1777 с.

Коротка А.П.,
студентка спеціальності «Соціальна робота»
Національного авіаційного університету;
Новікова Н.Є.,
старший викладач кафедри соціальних технологій
Національного авіаційного університету
Україна, м. Київ

СОЦІАЛЬНА ПРОФІЛАКТИКА ПІДЛІТКОВОЇ СУЇЦИДАЛЬНОЇ ПОВЕДІНКИ

Проблема суїцидальної поведінки є однією з важливих для сучасної України. Наша країна відноситься до держав із високим рівнем суїцидальної активності, а за останні 10 років рівень самогубств зріс майже вдвічі.

Особливо гостро тема суїцидальної поведінки стосується молоді, а саме підлітків. Данна вікова категорія дуже чутлива, легко піддається негативним впливам оточення, депресій. До цього також додається невизначеність в житті, адже саме в підлітковому віці робиться важливий вибір – в якому напрямку рухатися далі. Смерть – процес незворотній. Людину, що вчинила вдалу спробу самогубства не повернути з того світу. Тому дуже важливим є профілактика суїцидальної поведінки, тобто виявлення основної групи ризику, причин такої поведінки, а також характерні особливості даного явища.

Що ж таке суїцидальна поведінка? Суїцидальна поведінка – це прояв суїцидальної активності – думки, наміри, висловлювання, погрози, спроби, замахи. До суїцидальної поведінки зазвичай відносять завершені самогубства, суїцидальні спроби і наміри. В свою чергу суїцид (від англ. suicide) – самогубство, що чинить людина у стані афекту, фрустрації, під впливом психічних аномалій. Суїцид – усвідомлений акт відходу з життя під впливом психотравмуючих ситуацій, за якого власне життя як найвища цінність втрачає сенс для даного індивіда в силу особистісних психічних деформацій, соціально-економічних і морально дестабілізуючих факторів [1]. Важливо вказати, що поняття «самогубство» і «суїцид» є синонімічними.

Надзвичайно високий рівень самогубств відзначається серед підлітків. Для початку варто визначити вікові межі підліткового віку. В світі прийнято керуватися визначенням Організації Об’єднаних Націй (ООН), згідно якого підлітковий вік – це віковий період з 10 до 19 років. ВООЗ повідомляє, що серед молоді віком від 18 до 19 років саме самогубство є другою головною причиною смерті. Перше місце посідає ДТП. Якщо ж казати конкретно поро підлітків віком 15-19 років, то серед дівчат це друга причина смерті, у той час як у хлопців – третя [2].

В науковій спільноті немає чіткої відповіді на те, що саме є причиною підліткових самогубств. Але фактори, які називають ті чи інші джерела схожі, а інколи навіть повторюють один одного.

Науковці визначають дві групи чинників аутоагресивної, тобто саморуйнівної поведінки, що включає в себе й суїцидальну поведінку:

- індивідуальнопсихологічні (відсутність життєвих цілей, незадоволення самореалізацією, занижена самооцінка, емоційна нестабільність);
- соціально-психологічні (крайня незадоволеність взаємовідносинами з батьками, невпевненість у міжособистісних стосунках з однолітками та ін.) [3].

Серед причин, що також можуть викликати суїцидальну поведінку називають : підліткову депресію, відчуття тривоги, насильство або зловживання психотропними засобами. Окрім цього причиною можуть стати незначні зміни в умовах життя, зміна обстановки, проблеми в школі, сварки з друзями або криза сексуальної ідентичності [4].

Навіть висвітлення самогубств в ЗМІ може мати негативний ефект, адже може надихнути на аналогічні чинки вразливі групи населення. Таке явище має назву "соціальне інфікування". З іншого боку, ЗМІ можуть виконувати профілактичну функцію, тим самим спонукаючи людей звертати увагу на прояви суїцидальної поведінки, а також відкрито говорити про свої проблеми і самим звертатись про допомогу.

Які ж можуть бути симптоми суїцидальної поведінки? Ознаки самогубства можна поділити на три групи: словесні, поведінкові й ситуаційні. Деякі з них поодинці здаються незначними, але в сукупності з іншими можуть говорити про серйозні проблеми [5].

Словесні ознаки суїцидальної поведінки:

- Людина може прямо і явно говорити про смерть: «Я збираюся покінчити із собою»; «Я не можу так далі жити».
- Побічно натякає про свій намір: «Я більше не буду ні для кого проблемою»; «Тобі більше не доведеться про мене хвилюватися».
- Може багато жартувати на тему самогубства.
- Проявляє нездорову зацікавленість питаннями смерті.

Поведінкові ознаки:

- Роздає оточуючим речі, які є для людини особливо значущими, остаточно упорядковувати справи, миритися з давніми ворогами.
- Демонструє радикальні зміни в поведінці, такі як:
  - в їжі – їсть замало або забагато;
  - у сні – спить занадто мало або занадто багато;
  - у зовнішньому вигляді – став неохайним;
  - у шкільних звичках – пропускає заняття, не виконує домашні завдання, уникає спілкування з однокласниками, дратівливий, похмурий, перебуває у пригніченому настрої;
  - замкнувся, відсторонився від родини й друзів;
  - є надмірно діяльним або навпаки, байдужим до навколишнього світу, відчуває поперемінно то раптову ейфорію, то напади розпачу.
- Проявляє ознаки безпорадності, безнадійності й розпачу.

Ситуаційні ознаки. Людина може зважитися на самогубство, якщо вона:

- Соціально ізольована (не має друзів або має тільки одного друга), почувається знедоленою.
- Живе в нестабільному оточенні (серйозна криза в родині – у взаєминах з батьками або між батьками; алкоголізм – особиста або сімейна проблема).
- Почуває себе жертвою насильства – фізичного, сексуального або емоційного.
- Робила раніше спроби вчинити суїцид.
- Має схильність до самогубства через те, що його скоїв хтось із друзів, знайомих або членів родини.
- Перенесла важку втрату (смерть когось із близьких, розлучення батьків).
- Занадто критично налаштована щодо себе.

З усього вищесказаного можна зробити висновок, що профілактика суїцидальної поведінки підлітків повинна реалізувати дві основні функції: контролюючу та обмежуючу. Контролююча функція полягає в контролюванні чинників суїцидальної поведінки, груп ризику молодих людей, наданні медико-психологічної допомоги кожній потребуючій особі. Інша функція полягає в обмеженні доступу до різних засобів аутоагресії.

Що стосується профілактики суїцидальної поведінки, то виділяють первинну, вторинну і третину профілактику. Первинна профілактика надає населенню інформацію про суїцид; навчити розпізнавати ознаки аутоагресивної і суїцидальної поведінки; повідомляє про те, де можна отримати психологічну та соціально-педагогічну допомогу. Вторинна профілактика надається особам при потенційному суїциді. Третинна профілактика проводиться із застосуванням медикаментозної терапії, психотерапії та психологічної адаптації. Вона здійснюється у трьох напрямках:

1) індивідуальна психотерапія, коли допомога надається безпосередньо постраждалому;
2) сімейна психотерапія – робота проводиться із близьким оточенням людини, яка скоїла замах на власне життя;
3) надання соціальної та правової допомоги [6].

Особливу вагу у профілактиці суїцидальної поведінки є різноплановий, різносторонній підхід. Визначають наступні підходи до профілактики суїцидів:

- інформаційний – ґрунтується на тому, що одним із головних напрямів роботи повинне стати інформування про способи вирішення проблем, виходу з депресій, скрутних станів;
- соціально-профілактичний – як основну мету розглядає виявлення, усунення і нейтралізацію причин і умов, що викликають суїцидальні думки та наміри, серед них відновлення самого соціального середовища і умов життєдіяльності особистості, які могли призвести до психологічних ускладнень, суїцидальних думок або намірів;
- медико-біологічний – його суть полягає в попередженні можливих відхилень від соціальних норм цілеспрямованими заходами лікувальнопрофілактичного характеру щодо осіб, які страждають різними психічними відхиленнями;
- соціально-педагогічний – полягає у проведенні заходів виховного характеру, спрямованих на формування особистісних якостей, значущих для життєдіяльності особистості, особливо етичних і вольових, а також його активної життєвої позиції, що сприятиме інтеграції в суспільство [7].

Отже, суїцидальна поведінка – це прояв суїцидальної активності, тобто думки, наміри, висловлювання, погрози, спроби, замахи. Суїцид – усвідомлений акт відходу з життя під впливом психотравмуючих ситуацій, за якого власне життя як найвища цінність втрачає сенс для даного індивіда в силу особистісних психічних деформацій, соціально-економічних і морально дестабілізуючих факторів. Існує дві групи чинників суїцидальної поведінки: індивідуальнопсихологічні і соціально-психологічні. Виділяють первинну, вторинну, третинну профілактику. Виділяють інформаційний, соціально-профілактичний, медико-біологічний, соціально-педагогічний підходи до профілактики суїцидів.

Список використаних джерел

1. Лєбєдєв Д.В., Назаров О.О., Тімченко О.В., Христенко В.Є., Шевченко І.О. Психологія суїцидальної поведінки : посібник / за заг. ред. проф. О. В. Тімченка. Харків, 2017. 129 с.

2. Кожні 40 секунд у світі стається самогубство – ВООЗ. URL: https://hromadske.ua/posts/kozhni-40-sekund-u-sviti-stayetsya-samogubstvo

3. Мусаелян О.М. Схильність студентської підлітків України до аутоагресивної поведінки: основні тенденції та соціально-психологічні умови попередження. *Актуальні проблеми педагогіки, психології та професійної освіти.* Київ, 2016. Т. 2, № 2. URL: http://iournals.uran.ua/apppfo/article/view/84963

4. Чому підлітки часто скоюють самогубства. URL: https://www.bbc.com/ukrainian/society/2015/09/150924_suicides_teens_vj_stats_it

5. Ознаки суїцидальної поведінки. URL: https://step.school.org.ua/oznaki-suicidalnoi-povedinki-12-22-29-10-01-2021/

6. Пихтіна Н.П., Новгородський Р.Г. Профілактика та соціально-педагогічна робота з дітьми девіантної поведінки : навчально-методичний посібник. Ніжин : Видавництво НДУ ім. М. Гоголя, 2017. 239 с.

7. Вольнова Л.М. Профілактика девіантної поведінки підлітків : навч.-метод. посібник до спецкурсу «Психологія девіацій» для студентів спеціальності «Соціальна робота» у двох частинах. Ч. 1. Теоретична частина. 2-ге вид., перероб. і доповн. Київ, 2016. 188 с.

Кузьмін В.В.,
кандидат соціологічних наук, доцент,
в.о. завідувача кафедри соціальної роботи та психології

Національного університету «Запорізька політехніка»;
Кузьміна М.О.,
викладач кафедри соціальної роботи та психології
Національного університету «Запорізька політехніка»
Україна, м. Запоріжжя
Стадник А.Г.,
кандидат соціологічних наук, доцент,
доцент кафедри філософії та соціології
Маріупольського державного університету
Україна, м. Маріуполь

ТЕХНОЛОГІЇ СОЦІАЛЬНОЇ РОБОТИ В ІНКЛЮЗИВНОМУ СЕРЕДОВИЩІ

Процеси трансформації та модернізації сучасного українського суспільства є орієнтованими на задоволення потреб людей, які мають певні складності у функціонуванні через проблеми соціалізації. Сучасна освіта є орієнтованою на застосування таких тактик і прийомів, які допоможуть дитині адаптуватись до соціального середовища, та реалізувати своє прав на освіту як у загальноосвітніх навчальних заказах так і у закладах вищої освіти.

На сьогоднішній день особлива увага приділяється дітям та пліткам, позбавленим батьківської опіки. У прагненні покращити перспективи розвитку та становлення осиротілих дітей, для надання їм можливості здобувати вищу професійну освіту, Держава і державний сектор значно покращує перспективи професійного навчання дітей, що допоможе їм у майбутньому знайти високооплачувану роботу [4].

В.М. Попович у своїх працях розглядає як переваги так і недоліки інклюзивної освіти на всіх її рівнях, зазначаючи, що сучасна українська система освіти має свої переваги для реалізації основ інклюзивного навчання, але разом з тим вона має ряд недоліків. Дослідник вказує на те, що не всі навчальні заклади України готові приймати на навчання здобувачів освіти з вадами здоров'я, так як не мають достатнього рівня технічного забезпечення та якісно підготованих фахівців, готових працювати з дітьми з особливими потребами. У той самий час для дітей-сиріт умови вступу до ЗВО України є доступнішими за рахунок пільг, які надаються даній соціальній категорії населення, що дозволяє дітям-сиротам не лише вступати о закладів вищої освіти та здобувати вищий рівень фахової освіти, а й пройти соціальну адаптацію до умов життя у суспільстві, під час їх навчання у вищих навчальних закладах [1].

Під час дослідження особливостей інклюзивної освіти Дікова-Фаворська О.М. розробляє модель інклюзивного навчання. Розроблена нею модель орієнтована на задоволення потреб дітей із вадами здоров'я і передбачає, що:

1) діти-інваліди зможуть набути впевненості в собі і в тому, що вони зможуть реалізувати себе не зважаючи на власні особливі потреби;

2) діти даної категорії зможуть набути якісну вищу та фахову освіту, не залежно від наявних вад із здоров'ям;

3) маючи високий рівень фахової підготовки, випускники ЗВО зможуть влаштуватись на роботу не зважаючи на вади здоров'я, що дозволить їм успішно реалізувати себе у професійній діяльності;

4) особи з обмеженими можливостями зможуть піднятись на якісно новий щабель за рахунок набуття власної економічної незалежності та високої соціальної активності [2].

Узагальнюючи, можемо говорити про інклюзивну освіту, як про освіту, що несе ідеї рівного ставлення до кожного члена суспільства, не залежно від його національності, статі, раси, культури, релігії, соціального статусу, індивідуальних можливостей та здібностей.

Соціальна робота в галузі інклюзивної освіти передбачає створення таких умов освітнього процесу, які стануть сприятливими для дитини із психофізіологічними порушеннями, та дозволять їй здобути як базові так і професійні знання, під час навчання у заказах вищої освіти. Під час навчання особистості в ЗВО, вона повинна пройти загальний шлях соціалізації, який орієнтований не лише на освітній процес, а й на формування соціальних відносин із однолітками та викладачами, людьми з якими особистість контактує в процесі навчання. Представниками соціальної сфери у закладах вищої освіти можуть бути як соціальні педагоги та психологи, так і психотерапевти, реабілітологи, спеціалісти з корекції та терапії [3].

Технологізація соціальної сфери і поняття «соціальні технології» в соціології та сфері соціальної підтримки з'явились відносно недавно, і були прийняті соціологією не з першої спроби. Лише на в останні роки XX століття, поняття «соціальні технології» почало набувати свого основного змісту, і розглядалось як:

1) комплекс методів, прийомів та засобів, використання якого є ефективним для досягнення визначеної мети;

2) спосіб управління соціальними процесами, що забезпечує їх регулювання та планування подальшого розвитку подій;

3) система знань про засоби впливу на об'єкт для його трансформації;

4) визначена послідовність дій, направлена на цілеспрямоване вирішення конкретної соціальної або суспільної проблеми і т.п.

В умовах сучасного освітнього простору, законодавчою базою та соціальним статусом передбачається визнання дітей-сиріт, випускників шкіл-інтернатів, як соціально незахищеної групи населення, що вимагає використання індивідуального підходу в процесі навчання. За рахунок того, що дана група дітей не є соціально не адаптованою до умов існування в середовищі, без сформованого режиму, соціальна і психологічна підтримка з боку соціального педагога та психолога є обов'язковою умовою в період адаптації дитини до процесу навчання.

При роботі з даною групою дітей, необхідно підбирати та використовувати такі соціальні технології, які дозволять не лише адаптувати дитину до освітніх умов, а й сприятимуть становленню її як особистості, що успішно розвивається в соціумі, є його частиною та має право на повноцінне навчання, кар'єру та якісно високий рівень життя.

Враховуючи той факт, що основу інклюзивного освітнього навчання становить індивідуальний підхід, а діти позбавлені батьківської опіки належать до соціально не захищеної групи населення, то під час їх навчання у ЗВО виникає потреба у створені інклюзивного освітнього простору. За умови використання таких соціальних технологій як діагностичні дослідження, що орієнтовані на виявлення соціальних проблем, соціальна та психологічна підтримка в проблемних ситуаціях та в період адаптації, профілактика повторного формування та вияву соціальних проблем, можливе створення такого освітнього простору, який буде сприятливим для дітей, позбавлених батьківської опіки.

Список використаних джерел

1. Kuzmin V., Kuzmina M., Ivanchenko A. *Psychosocial life trajectories of orphaned individuals* (resurvey). *Science and Education.* 2017. No. 10. Pp. 95–100.

2. Попович В.М., Старушок К.В. Переваги та недоліки інклюзивної освіти. Тиждень науки-2019. Факультет соціальних наук. Тези доповідей науково-практичної конференції, Запоріжжя, 15–19 квітня 2019 р. / редкол. : В.В. Наумик (відпов. ред.). Запоріжжя : ЗНТУ, 2019: С. 119–121. URL: https://zp.edu.ua/uploads/dept_s&r/2019/conf/1/TN_2019_FSN.pdf

3. Дікова-Фаворська О.М. Специфічні групи осіб з обмеженими можливостями здоров'я у фокусі соціології : монографія. Житомир : Полісся, 2009. 488 с.

4. Попович В.М. Особливості вуличної соціальної роботи: регіональний аспект. Сучасні суспільні проблеми у вимірі соціології управління : збірник наукових праць Донецького державного університету / гол. ред. О.С. Поважний, Донецький держ. ун-т управління. Донецьк: ДУУ, 2014. Том XIV. С. 147–160.

Міхеєва О.Ю.,
кандидат педагогічних наук, доцент,
доцент кафедри соціальної освіти та соціальної роботи
Національного педагогічного університету імені М.П. Драгоманова
Україна, м. Київ

ХАРАКТЕРИСТИКА НАДАННЯ СОЦІАЛЬНОЇ ДОПОМОГИ ВНУТРІШНЬО ПЕРЕМІЩЕНИМ ОСОБАМ

Російська агресія, її повномасштабне вторгнення та розгортання військових дій майже на всій території України зумовили появу значної кількості осіб з числа внутрішньо переміщених. Значна кількість регіонів України стала прихистком для внутрішньо вимушених переселенців, які покинули свої домівки. Така ситуація зумовила підвищену активність діяльності працівників соціальної сфери та необхідність швидкого вирішення та надання екстрених соціальних послуг та допомоги даній категорії населення.

Всі названі аспекти передбачають діяльність соціальних працівників щодо планування майбутніх стратегій інтеграції внутрішньо переміщених осіб та визначення їх нагальних потреб. Для здійснення роботи з ВПО соціальному працівникові важливо володіти детальною інформацією щодо основних потреб та очікувань даної категорії отримувачів соціальних послуг, оцінки задоволення їх потреб на сьогодні та планування дій внутрішньо переміщених осіб на майбутнє.

Отже, оцінка потреб та визначення необхідних форм та видів допомоги внутрішньо переміщеним особам має ґрунтуватись на вивченні проблем кожного окремого клієнта та його життєвої ситуації. Надання першої соціальної допомоги внутрішньо переміщених осіб повинно включати такі напрями: діагностика та оцінка проблем, потреб та їх запитів; надання відповідно до запитів відповідної соціальної допомоги.

При діагностиці соціальні працівники мають визначити термін перебування в відповідній місцевості внутрішньо переміщеної особи (тривалий термін перебування чи тимчасовий) [2].

Такий підхід дає можливість розглядати соціальні потреби та запити внутрішньо переміщених осіб у трьох ракурсах, а саме:

1. Визначення загальних базових запитів внутрішньо переміщених осіб: харчування, одяг, тимчасове помешкання чи притулок, безпеку, медичну допомогу, інформацію про ситуацію в регіоні в який прибув та інші регіони, пошук втрачених контактів з родичами, доступ до електромережі та інших побутових ресурсів, правові послуги, контакти з волонтерами;

2. Визначення нагальних потреб внутрішньо переміщених осіб, які тимчасово перебувають у даній місцевості (проїздом): інформація про безпечні місця для прийняття рішення про зупинку чи подальше пересування, інформацію про місця отримання чи придбання їжі, інформацію про оптимальні маршрути подальшого пересування, інформацію про транспортне сполучення для подальшого пересування, інформація про працюючі заправки, інформація про можливості подальшої міграції, інформація про можливості користування різними транспортними послугами та сервісами, контакти організацій, які

піклуються про мігрантів на всіх етапах пересування (початковому, на проміжних зупинках, кінцевому);

3. Визначення нагальних потреб внутрішньо переміщених осіб, які залишаються у даній місцевості на тривалий термін: можливості знайти помешкання тля тривалого проживання, відновлення втрачених чи одержання необхідних документів, можливість стати на облік соціальних служб, можливість влаштування дітей до закладів дошкільної освіти та закладів загальної середньої освіти, можливість переведення соціальних виплат до місцевих банківських установ, можливість працевлаштування чи відновлення зв'язків з наявним місцем роботи, можливість отримання матеріальної та правової допомоги, можливість стати на облік до сімейного лікаря та отримати лікування хронічних хвороб, можливість встановити зв'язок з відповідними державними службами та структурами соціальної підтримки [1, с. 49–55].

Відсутність такої соціальної підтримки та допомоги може призвести до виникнення наступних проблем: розвитку психологічного стресу, існування ризику потрапити до «групи ризику», формування уявлень про відсутність соціальних гарантій та соціального захисту, розвитку хвороб, відсутності або обмеженості доступу до медичної допомоги, зазнати дискримінації, обману чи махінацій, скрутного становища через безробіття.

Аналізуючи досвід діяльності соціальних працівників різних соціальних установ можемо констатувати, що існують наступні рівні підтримки осіб з числа внутрішньо переміщених, а саме: рівень забезпечення базових потреб, підтримка з боку сім'ї та громади, цільова спеціалізована підтримка та надання спеціалізованих послуг.

На першому рівні (базовому) соціальна підтримка спрямована на надання непродовольчої допомоги, забезпечення продуктами харчування та житлом, надання фінансової, юридичної, медичної допомоги, допомоги з працевлаштування та освіти.

Соціальна підтримка на другому рівні (сім'ї та громади) може містити наступні складові: поширення інформації де можна отримати підтримку, інформації про простір для дитячого та сімейного розвитку, про громадські та культурні заходи, інформацію про групи самодопомоги та соціально-психологічної підтримки, створення сприятливих умов для мобілізації громади.

Третій рівень соціальної підтримки (цільова спеціалізована підтримка) може реалізуватись через здійснення базових психологічних консультацій для окремих осіб, сімей чи груп, захист осіб, що постраждали від насильства, надання допомоги з боку груп самодопомоги, послуги з ведення випадку та покращення психічного здоров'я.

І четвертий рівень містить спеціалізовані послуги, які передбачають надання спеціалізованого лікування, клінічного ведення випадку, послуг з психотерапії та психіатрії [4, с. 10–12].

Важливим аспектом при організації соціальної допомоги внутрішньо переміщеним особам соціальному працівнику необхідно володіти наступною інформацією: адреса, за якою з особою може здійснюватися офіційне листування або вручення офіційної кореспонденції, та контактний номер телефону; обставини, що спричинили внутрішнє переміщення; відомості про основні потреби (медичні, житлові, освітні, соціальні тощо); відомості про наявність інвалідності та необхідні допоміжні технічні чи реабілітаційні засоби; відомості про навчання/виховання дитини (найменування закладу); відомості про освіту, спеціалізацію за професійною освітою, місце попереднього працевлаштування, посаду, рід діяльності [3, с. 88–95]. Органи місцевого самоврядування керуючись законами України мають право самостійно визначати особливості організації та надання соціальних послуг.

Список використаних джерел

1. Григоренко І.О., Савельєва Н. М. Соціальна робота з внутрішньо переміщеними особами в сучасних умовах : навчальний посібник. Полтава : ПНПУ, 2017. С. 46–55.

2. Закон України «Про соціальні послуги», 2671-VIII, 27.04.2022.

3. Міхеєва О.Ю. Соціально-правова підтримка сімей вимушених переселенців. *Науковий часопис Національного педагогічного університету імені М.П. Драгоманова. Серія 11: Соціальна робота. Соціальна педагогіка.* 24 (1), 2018. С. 88–95.

4. Трубавіна І.М., Куратченко І.Є. Методичні рекомендації «Сприяння соціальній роботі в умовах гуманітарної кризи». Харків : ХНПУ, 2017. С. 10–12.

Недря К.М.,
кандидат історичних наук, доцент,
завідувач кафедри гуманітарних дисциплін і
психології поліцейської діяльності
Дніпропетровського державного університету внутрішніх справ
Україна, м. Дніпро;
Трубавіна І.М.,
доктор педагогічних наук, професор,
доцент кафедри методології і менеджменту освіти
Тернопільського обласного комунального
інституту післядипломної педагогічної освіти
Україна, м. Тернопіль;
Чередниченко О.Ю.,
кандидат економічних наук, доцент,
професор спеціальної кафедри номер 1
Інституту підготовки юридичних кадрів для Служби безпеки України
Національного юридичного університету імені Ярослава Мудрого
Україна, м. Харків

СОЦІАЛЬНА РОБОТА З ВНУТРІШНЬО ПЕРЕМІЩЕНИМИ ОСОБАМИ В УКРАЇНІ

Соціальна робота, згідно чинному в Україні законодавству про соціальну роботу, це – професійна діяльність, спрямована на запобігання, мінімізацію негативних наслідків та подолання складних життєвих обставин сімей, дітей та молоді, посилення їх здатності до реалізації власного життєвого потенціалу. Звичайно, що у воєнний час складних життєвих обставин та їх наслідків більше, ніж в мирний. Тому потреба в ній збільшується. Соціальна робота як дієва служба допомоги вирішує проблеми забезпечення соціальних умов реалізації прав людини. Причинами її актуалізації в теперішній воєнний стан є те, що: більше населення внаслідок війни потребує на соціальні послуги як на соціальні гарантії якості життя, особливо потребують соціальної допомоги ВПО, які залишили домівки і позбавлені необхідного для життя, задоволення базових потреб, в крані зменшуються зарплати в умовах воєнного стану. У той же час ресурс надання соціальних послуг для задоволення базових потреб ВПО та громади є обмеженим. Особливо страждають громади в зоні бойових дій і приймаючі ВПО громади в тилових регіонах України. Сьогодні кожний 6 громадянин України є переселеним. І це величезне навантаження на приймаючі громади: економічне, психологічне, соціальне, політичне. Зазначимо, що безпечних місць в Україні сьогодні немає і все населення перебуває під ударами рф. Раніше це був конфлікт 2 регіонів – Донецької і Луганської областей. Відповідно, досвід надання соціальних послуг ВПО в громаді був в основному в сусідніх з цими областями регіонах. Усі інші мало працювали з ВПО.

ВПО є сьогодні новими клієнтами соціальних служб, їх багато. Відзначимо дистантність таких сімей, де головами родин, які приймають рішення за всю сім'ю, є жінки з тривалою

підвищеною рольовою напругою і складним емоційним станом, які перебувають під тривалим стресом і більшість мають розлади соціальної адаптації в новій громаді, психологічні травми. Працювати з такими категоріями клієнтів більшість соціальних працівників в переважній більшості регіонів України не вміли, до вторгнення рф всіх в ЗВО навчали працювати в мирних умовах. Відзначимо, що психологічні травми є більшими у тих, хто безпосередньо перебував в зоні бойових дій. Сьогодні до ВПО є прийняття, чуйність і толерантність в суспільстві, це вже не ярлик і стигма, як було в 2014 році. І це проблеми всієї країни, а не 2 регіонів, як раніше.

Змінилась організація соціальної допомоги. Раніше цим займалися волонтери, благодійні фонди і міжнародні організації, допомога була розрізненою і несистемною, в залежності від того, до якої громади хто доставив допомогу, зміг її організувати. Сьогодні це координація допомоги гуманітарними штабами в кожному регіоні і на рівні Україні, є співпраця і взаємодія міжнародних і державних установ, волонтерських організацій, вона є організованою державою і обласними військовими адміністраціями. Вивчаються потреби людей через чат-боти, телефони, соціальні мережі, організовано прийом заявок на інсулін, ліки для хронічно хворих, харчі, є безпосереднє спілкування соціальних працівників з ВПО тощо. Враховано максимально досвід 2014–2015 років.

Змінився підхід до надання соціальних послуг, які надаються на засадах добровільності їх прийняття в Україні за чинним про соціальну роботу законодавством. Раніше це був проблемно-орієнтований підхід щодо вирішення основних болючих проблем клієнтів з числа ВПО –а це переважно сім'ї з дітьми – центрами соціальних служб для сімей, дітей та молоді. Прикладами такої допомоги була допомога всім, хто прибуває з районів бойових дій: їжа, одяг, направлення на розміщення на проживання. У той же час не було системи в розподілі житла, хоча грошова допомога на його оренду згодом з'явилася з появою Закону України про ВПО. Але не всі люди власне по соціальні послуги в ЦССССДМ зверталися і ці послуги соціальною рекламою в МКП, де переважно живуть ВПО, не пропонувалися, а ТВ, радіо, інтернету в них, як правило, немає. Наш досвід роботи і досліджень 2014–2015 років свідчить про певні наробки того часу, які стосувалися перших кроків допомоги ВПО в країні. Той досвід показав, що соціальну роботу можна переорієнтувати на базові та інші потреби ВПО, виявивши коло їх проблем в українському суспільстві і конкретній громаді – правові, економічні, психологічні, соціальні, соціально-педагогічні, соціальні, соціально-медичні тощо. Зазначимо, що всі суб'єкти соціальної роботи в 2014-17 роках в Україні працювали з ВПО за підходами «допомога для самодопомоги» і кризовим втручанням, родиноцентричним підходом. Це на практиці означає, що допомога була сім'ям з дітьми. Ті соціальні проблеми, які вимагали тривалої соціальної роботи, житлові проблеми –вони відкладалися до кращих часів. До того ж ВПО не є електоратом для місцевого самоврядування. З іншого боку, в умовах, коли ВПО перш за все необхідно власне житло, вони не розглядають соціальну роботу як таку, що суттєво поліпшить якість їх життя, як свідчить наш досвід соціальної роботи в МКП м. Бердянська. І ВПО не зверталися до центрів соціальних служб та інших суб'єктів соціальної допомоги, взагалі не знали про їх функції і можливості допомоги, хоча багато хто з ВПО підпадають під категорію осіб, які перебувають в складних життєвих обставинах. Психологічні проблеми, медичні тривалий час відкладалися самими ВПО в рішенні, бо не було можливостей їх вирішити, що в цілому посилювало кризу сімей з числа ВПО.

Сьогодні ЦССССДМ є на передовій допомозі ВПО. Кризові кімнати в місцях прибуття, гарячі лінії в області гуманітарних штабів – це діяльність ЦССССДМ. Вони перші зустрічають ВПО, надають соціальні послуги щодо задоволення базових потреб, дають необхідні інформаційні послуги про отримання допомоги в громаді для задоволення як базових, так і особливих потреб. Вони також працюють в співпраці з управліннями соціального захисту, які реєструють людей і організовують виплату допомоги, надання речової, продуктової,

інформаційної допомоги. Організована інформаційна підтримка в громаді щодо вирішення різноманітних проблем ВПО на кшталт сайту «Привітне Тернопілля», де є інформація про всіх, хто надає допомогу ВПО в громаді. Є соціальна реклама цього сайту в місті на бігбордах. Адреси організацій, які надають допомогу ВПО, з переліком послуг і можливостей для задоволення потреб є в соціальних мережах, в спільнотах міського голови, міського телеграм-каналу, в об'явах біля громадських і міжнародних організацій, які допомагають ВПО. Усе житло централізовано розподіляються міським головою, сконцентровано в нього. За листами керівників організацій, особистим зверненням громадян воно надається відповідно до Закону про ВПО. Є ресурси типу сайту «Прихисток.гов.юа.», який дозволяє самостійно знайти житло безкоштовно для ВПО. Отже, перелік соціальних послуг розширився.

Сьогодні з'явилися нові соціальні проблеми ВПО, яких не було в 2014–2017рр. Це проблеми медичного обслуговування і сімейних лікарів, нестачі ліків (тироксин, інсулін тощо), медичних обстежень і плати за них, супроводу вагітних тощо. Ці проблеми вирішуються сьогодні місцевою владою, яка знаходить можливості для оплати роботи лікарів і медичної допомоги ВПО, гуманітарною допомогою з ЄС ліками. Допомагають і НДО, благодійні фонди типу Карітас медичним та ортопедичним приладдям, соціальними працівниками по догляду за немічними особами похилого віку, ліками, їжею. Тут бачимо допомогу через соціально-медичні послуги, які потрібні ВПО. Знов-таки інформаційна допомога і самодопомога на цій основі є важливими для подолання проблем ВПО. І ця допомога скеровується також державою, бо інформація про це надається ВПО, які приходять реєструватися в соціальний захист. Зменшилася черга за отриманням соціальної допомоги на вулиці, в установи. Маємо діджиталізацію соціальної допомоги міжнародних організацій, взаємодію міжнародних фондів і Мінсоцполітики щодо організації виплат ВПО. Люди отримують СМС про призначення коштів і самі отримують вже грошовий переказ на карту.

Відзначимо в 2022 р. новий досвід роботи з ВПО – задіяння закладів освіти щодо надання житла ВПО і соціальної допомоги там. За міжнародними джерелами допомоги в війну школи стають центрами соціальної допомоги в громаді сім'ям з дітьми в умовах воєнного часу. І педагоги мають забезпечувати фізичну, емоційну безпеку дітей, їх батьків і самих педагогів, їх психологічний захист. Але це вперше в Україні заклади освіти задіяні як прихистки для ВПО. У 2014–2017 роках цього не було. Зазначимо, що допомога населенню окупованих територій, доставка гуманітарної допомоги, евакуація населення громад в районах бойових дій раніше в Україні не застосовувалася як системна і державна. Сьогодні це скеровується державою, в чому сильно допомагає волонтерський рух і військові. Тут бачимо забезпечення прав людини, ідею україноцентризму і є спільна боротьба за життя кожного громадянина України. Таким чином, коло суб'єктів соціальної роботи сьогодні є ширшим, аніж сказано в законодавстві про соціальну роботу.

Таким чином, спостерігаємо комплекс підходів до соціальної роботи з ВПО та громадами, які визначають напрямки надання соціальних послуг населенню: в приймаючій громаді, на окупованій території, під час евакуації, на звільненій території. Соціальні послуги надаються в межах кризового втручання, допомоги для самодопомоги, проблемно-орієнтованого підходу, на основі україноцентризму, прав людини, організаційного, ресурсного, родиноцентричного, комплексного, системного, цифрового та інтеграційного підходів. Ці підходи визначають напрямки надання соціальних послуг і систему соціальної роботи. Ця система сьогодні сформована.

У системі такої роботи виділяємо:

- системотвірний компонент. Це є цільовий компонент – мета (створення соціальних умов для реалізації прав людини в умовах переселення і війни).

-діагностичний компонент – оцінка потреб і проблем сімей ВПО з дітьми, осіб похилого віку, дорослих ЦСССДМ і управліннями соціального захисту;

- мотиваційний компонент – мотивація сімей до отримання соціальних послуг, а не тільки речової чи матеріальної допомоги, до співпраці з соціальними працівниками і звернення до них, до вирішення проблем власними зусиллями. Важливо дати людям вудку і навити ловити рибу як образ такої допомоги. Також працює соціальна реклама соціальних послуг в громаді; наснаження людей на самодопомогу і вирішення своїх проблем, з пріоритетом вирішення проблем дитини;

- орієнтувальний компонент: є особлива етика поведінки з ВПО, які перебувають в стресі після обстрілів, ідей українцентризму, національна ідея як об'єднуючий фактор в країні для прийняття ВПО і надання їм соціальних послуг;

- прогностичний компонент: складання комплексно-цільової програми роботи з ВПО в громаді з урахуванням тенденцій і проблем ВПО в країні, регіоні , плану роботи з окремими ВПО при веденні випадку з конкретною сім'єю бригадою фахівців – за потреби;

- змістовий компонент: напрямки надання соціальних послуг (кризове втручання, ведення випадку різного типу складності, менеджмент соціальних послуг, соціальне обслуговування, супровід, соціальна профілактика);

- операційний компонент: технології і методики кризового втручання, орієнтована на завдання модель надання послуг, технології і методики допомоги для самодопомоги (педагогічної і психологічної підтримки, груп самодопомоги і груп підтримки, укріплення сімей, соціального загартування тощо);

- контрольно-корекційний компонент: моніторинг якості життя ВПО і вирішення їх проблем, реалізації їх прав. Критерії закінчення надання соціальних послуг – самостійність сім'ї у вирішенні власних проблем, виконання нею всіх своїх функцій, її успішна адаптація в нове середовище.

Таким чином, бачимо керовані державою соціальні послуги на допомогу ВПО, збільшення допомоги людям, інтеграцію зусиль в державі і громадах задля підвищення ефективності ресурсів, збільшення суб'єктів соціальної роботи. Масове явище ВПО вимагало системної роботи на основі діагностики проблем і науковості підходів. І саме це допомагає пережити і державі, і людям кризу переселення і адаптації до нового місця проживання.

Неїжпапа Л.С.,
кандидат педагогічних наук, доцент,
доцент кафедри соціальної освіти та соціальної роботи
Національного педагогічного університету імені М.П. Драгоманова
Україна, м. Київ

МОЛОДЬ, ЯКА ПОВЕРНУЛАСЯ З МІСЦЬ ПОЗБАВЛЕННЯ ВОЛІ: ХАРАКТЕРИСТИКИ ТА ПОТРЕБИ КАТЕГОРІЇ ОТРИМУВАЧІВ СОЦІАЛЬНИХ ПОСЛУГ

Проблема соціальної адаптації та ресоціалізації різних груп клієнтів соціальної роботи у українському суспільстві завжди вимагала від професіоналів, громадських діячів та волонтерів розуміння їх проблем та характерних особливостей. Звичайно, що категорія клієнтів, якою є соціально дезадаптована група населення – колишні ув'язнені, потребують від фахівців соціальних установ та громадських організацій не тільки професійних знань, умінь та компетенцій, а й особливого розуміння специфічних поведінкових та особистісних проявів після звільнення з місць позбавлення волі. Саме про можливість такої специфічної поведінки та особливості характеру повинні знати фахівці, які допомагають людям, які повертаються з місць позбавлення волі. Узагальнено до цієї групи клієнтів, визначаючи такі

особливості поведінки та характеру вживають терміни «соціально дезадаптовані», «соціально дезінтегровані», «маргінальна група», «соціально незахищена група»

Вони можливо зовсім різні за характером, соціальним статусом, за силою духу і бажанням змінюватися, та їх єднає одне: усі вони соціально незрілі особистості. Спільною проблемою тих, що були засудженими є «емоційна незрілість і неспроможність спілкуватися з іншими, особливо зі своїм близьким оточенням, оскільки страх або агресія виявляються там, де має бути нормальна спокійна поведінка» [2, с. 115].

Крім того, вони провели деякий час (іноді досить довго) в ізоляції. З огляду на те, що Україна зазнала значних змін в суспільстві і повсякденному житті, психології та у поглядах людей, з'являються нові концепції та наукові терміни, а відтак стає ясно, що це ще більше ускладнює адаптації цих людей. Таким чином, люди, які повернулися з місць позбавлення волі, часто не можуть вирішити найпростіші проблеми повсякденного життя, вони бояться звернутися до людей, особливо до державних службовців та фахівців державних установ. Звичайно, після звільнення люди стикаються з тим, що потрібно відстоюватимуть свої громадянські та права людини – цьому також потрібно навчитися, а також зрозуміти власну відповідальність за своє подальше життя. Колишні ув'язнені поєднують легку вразливість з проявами грубості, агресивності з почуттям безсилля до спалахів гніву або істерії. Ця категорія людей характеризується низькою самооцінкою і відсутність віри в свої сильні сторони, почуття безнадії, песимістичні прогнози щодо свого майбутнього або депресії [3].

Специфіка колишнього ув'язненого також полягає в тому, що значна кількість часу перебування в ув’язненні впливає на особистість, яка знаходиться під впливом складної «кримінальної субкультури (принципи, правила поведінки, норми, які в товаристві ув'язнених є нормою), оскільки може «проникнути» у свідомість (особливо неповнолітніх та молоді) за дуже короткий проміжок часу. Все це настільки міцно засвоюється у поведінці та характері ув'язненого, що, навіть повернувшись з місць позбавлення волі, ці норми поведінки продовжують панувати над колишніми засудженими» [1, с. 32], оскільки перетворюють їхню поведінку на ризиковану й небезпечну стосовно зловживання наркотиками та алкоголем, а за відсутності соціальної підтримки фахівців та близького оточення можуть стати й безпритульними та душевнохворими. Відтак, соціальні працівники та фахівців громадських організацій можуть стикатися з нещирим спілкуванням та свідомим маніпулюванням іншими людьми.

Класифікація групи населення, яка має специфіку відповідно до процесу реадаптації та ресоціалізації, враховуючи й вікові та статеві особливості та поведінкові характеристики включає: неповнолітні та молоді особи; дорослі люди (чоловіки та жінки); люди похилого віку; колишні засуджені, що живуть з ВІЛ, хворі на туберкульоз [4].

В останні роки все більше неповнолітніх засуджених, які відбувають покарання у виховних колоніях, мають відхилення в розумовому, фізичному і психічному розвитку. Багато неповнолітніх до потрапляння у колонію проживали в закладах державної опіки (інтернатах) або закладах соціального захисту дітей тимчасового перебування (притулки для дітей, центри соціально-психологічної реабілітації дітей). Ці «заклади через специфіку побудови роботи з дітьми, режим тощо також не дають можливостей для належної соціалізації і підготовки до самостійного життя, формують споживацьку, несамостійну модель поведінки, коли вихованець чи вихованка знає, що персонал повинен забезпечити їх усім потрібним для життєдіяльності» [4, с. 22]. Значна кількість молодих людей мають високий рівень соціальної та педагогічної занедбаності, є соціально дезадаптованими. Це виявляється в порушенні норм моралі і права, в асоціальних формах поведінки і деформації системи внутрішньої регуляції, ціннісних орієнтації, соціальних настанов, соціального розвитку. Така характеристика поведінки неповнолітнього сприятиме властива імпульсивність, спонтанність, агресивність, які проявляються дуже часто.

Окремої уваги з боку спеціалістів потребують засуджені дівчата у віці від 14 до 18 років, які після звільнення дуже часто не пристосовані до суспільних викликів, що призводить до підвищеного ризику повторення протиправної поведінки [3]. Часто молоді жінки не мають достатньої освіти та кваліфікації, щоб влаштуватися після звільнення на роботу (на відміну від чоловіків, які після виходу з колоній можуть влаштуватися на фізично важкі види роботи – будівельник, вантажник, помічник на СТО) тощо.

Багато молодих жінок, які відбули покарання, не вміють адекватно оцінювати свої можливості, що обумовлюється завищеною або заниженою самооцінкою. Перебування в місцях позбавлення волі викликає у молодих жінок комплекс психічних станів у вигляді туги, фрустрації, відчаю, безнадії. Такі психічні стани в певній мірі впливають на фізичний стан організму, що, у свою чергу, ще більше впливає на психіку. Найтяжчих змін у психіці зазнають ті молоді жінки, які відбули терміни покарання від 5 років і більше. Відсутність належної підтримки молодої жінки, яка вийшла з місця позбавлення волі, може призводити до вживання алкоголю, наркотиків, повторення асоціальної поведінки.

Через відсутність підтримки та взаєморозуміння зі своїм близьким оточенням частина молодих людей – колишніх засуджених мають схильності до вживання алкоголю, інших психоактивних речовин. Якщо вже сформовану залежність від ін'єкційних наркотиків має невеликий відсоток засуджених, то токсикоманія та зловживання алкоголем і, з точки зору підлітків, «легкими наркотиками» (марихуана, таблетовані психостимулятори тощо) є більш поширеними явищами [1].

Колишні засуджені виховувались у сім'ях без батьків (сироти, напівсироти) або в неблагополучних сім'ях, тому цілком зрозуміло, що після повернення з місць позбавлення волі багато з них втратили соціально-корисні зв'язки, або ж такі зв'язки є нестійкими. Відсутність «навичок цілеставлення та прогнозування притаманна дезадаптованим підліткам, які перебували у в'язниці. Більшість з них не можуть ставити цілі для подальшого життя та не прогнозують своє майбутнє, не мають навичок аналізування своїх дій, тому відповідно, не враховують свій минулий життєвий досвід для розв'язання проблем та завдань сьогоднішнього дня» [5, с. 271].

Вікові особливості колишніх засуджених впливатимуть на мотивацію вчинків молодої людини, таким чином, що стає відсутнім життєвий досвід; з'являється схильність до наслідування, вплив на них оточення, особливо дорослих осіб; бажання показати себе самостійним і намагання звільнитися від контролю та опіки з боку батьків, вихователів; специфічне трактування таких понять, як сміливість, чесність, дружба; неправильна оцінка конкретних життєвих ситуацій; недостатній розвиток, а інколи і цілком некритичне ставлення до своїх вчинків, вчинків інших.

Ці поведінкові особливості молодих людей та їх особливості характеру потрібно враховувати фахівцям із соціальної роботи при наданні соціально-правової допомоги їм після повернення з місць позбавлення волі. Співпраця фахівців соціальних установ та громадських організацій повинна саме й ґрунтується розумінні причин, які спряли вчиненню злочину. Саме «визначення таких причин як безконтрольність із боку батьків, брак профілактичних заходів у роботі з «важкими» підлітками, їхня незайнятість, уживання спиртних напоїв і наркотичних засобів, проблеми в сім'ях, безробіття батьків і брак у них коштів на утримання дітей, не зникають після повернення особи з місць позбавлення волі. Фахівці також відносять до причин, що спричинюють труднощі надання соціальних послуг колишнім засудженим-неповнолітнім їх суперечливість щодо самооцінки та рівня сформованості власних домагань, незважаючи на невпевненість у своїх інтелектуальних здібностях» [3, с. 45].

Окрему категорію колишніх засуджених становлять молоді особи, яких торкнулася проблема ВІЛ/СНІДу. «Ресоціалізація ВІЛ-інфікованих колишніх засуджених дуже складна проблема через наявність двох додаткових завдань, що стоять перед фахівцями соціальної

сфери: по-перше, мотивувати засудженого після звільнення приділяти увагу власному здоров'ю та змінити спосіб життя для запобігання передачі інфекції іншим особам, а також власного повторного інфікування. Про статус ВІЛ-інфікованого можуть знати медик установи та психолог (у разі, якщо сам колишній засуджений повідомив йому про свій ВІЛ-статус), відповідно саме на них лежить реалізація завдань з їх ресоціалізації» [2, с. 115].

Молоді люди, котрі відбули покарання після повернення на волю стикаються з проблемами та складними життєвими обставинами, які не дозволяють адаптуватися до нових умов соціального середовища. Це впливатиме на те, що життя після виходу на свободу потребуватиме здатності до самостійного способу життя та необхідності піклуватися про себе.

Тому зміст напрямів соціальної роботи із колишніми засудженими молодими людьми передбачає надання кваліфікованих соціальних послуг, допомоги, підтримки та патронажу у процесі адаптації та ресоціалізації, які мають можливість «забезпечити механізми засвоєння правоправної поведінки та її спрямованості на засвоєння норм, ціннісних орієнтацій, відновлення соціальних та особистісних якостей характеру колишнього правопорушника» [4, с. 24].

На думку дослідників в галузі пенітенціарної педагогіки, молода особа опинившись на волі, зустрічається з цілим комплексом невирішених проблем [3]. Серед них дослідники визначили найсуттєвіші проблеми, розв'язання яких успішно впливатиме на процес реінтеграції молодих людей – колишніх засуджених, а саме:

- «побутових (втрата житла за час відбування покарання, розпад сім'ї або небажання повертатися в сім'ю, відсутність житла до арешту, втрата навичок побутового обслуговування тощо);

- працевлаштування (відсутність потрібної кваліфікації, дефіцит робочих місць, відмова в прийняття на роботу тощо);

- соціально-психологічних (упереджене ставлення оточуючих; втрата соціально-корисних зв'язків з рідними, друзями, однокласниками; ослаблення адаптивних можливостей у зв'язку з тривалим терміном ув'язнення; втрата звички й уміння самостійно ухвалювати рішення; невпевненість у собі, самозвинувачування або озлоблення, агресія проти суспільства; стан соціально-психологічного відчуження; негативний вплив кримінального мікросередовища тощо)» [3, с. 64].

Отже, наявність специфічних поведінкових та особистісних характеристик молодих осіб, які перебували в умовах позбавлення волі, змушує соціальних працівників намагатися оцінити усі фактори та чинники, що негативно впливали та будуть впливати на процес соціальної адаптації та ресоціалізації, щоб намітити напрями подальшої співпраці на шляху їх повної реінтеграції у суспільство.

Список використаних джерел

1. Макогончук В.А. Про деякі проблеми та шляхи вирішення завдань ресоціалізації засуджених осіб молодіжного віку : навч.-метод. посіб. / за заг. ред. В. А. Макогончука. Луцьк : Асоціація захисту прав мол оді Волині, 2008. 112 с.

2. Мулярчук В.М., Романюк І.М. Особливості організації соціальної роботи із особами, які повернулись із місць позбавлення волі. *Вісник національного університету оборони України.* 2014. № 2 (39). С. 114–116.

3. Пенітенціарна педагогіка : наук.-метод. посіб. / С. Я. Харченко, О. Л. Караман, Н. П. Краснова ; Держ. закл. „Луган. нац. ун-т імені Тараса Шевченка". Луганськ : Вид-во ДЗ «ЛНУ імені Тараса Шевченка», 2011. 329 с.

4. Проскура В.В. Соціальна робота з особами, які повернулися з місць позбавлення волі. *Соціальна політика і соціальна робота*. 2015. № 1 (29). С. 20–30.

5. Шаумян О.Г. Соціально-психологічні аспекти ресоціалізації осіб, які позбавлені волі. *Теоретичні і прикладні проблеми психології*. 2019. № 1. С. 269–279.

Останіна Н.С.,
кандидат педагогічних наук, доцент,
доцент кафедри соціальної педагогіки і соціальної роботи
Ніжинського державного університету імені Миколи Гоголя
Україна, м. Ніжин

УПРАВЛІНСЬКА ДІЯЛЬНІСТЬ У ЗАКЛАДІ СОЦІАЛЬНОЇ СФЕРИ: СУТНІСТЬ ПОНЯТТЯ, ФУНКЦІЇ

Здавна суспільство намагалося розібратися в проблемі «Що таке управління», «Сутність ефективного управління», хто такий лідер у колективі. Одна з найвідоміших робіт з теорії та практики лідерства й управління державами Ніколло Макіавеллі «Державець», датована XVI століттям. Проте і сьогодні ця робота може слугувати посібником з управління та впливу. Саме в ній автор показав, що однієї лише влади, успадкованої або захопленої (тобто влади формальної), недостатньо для того, щоб утриматися на верхівці. Керівнику - лідеру необхідно здійснити ще ряд управлінських і мотиваційних дій стосовно послідовників, щоб упевнено й успішно зберегти свій вплив. Наприклад, деякі прийоми, запропоновані Макіавеллі, працюють і сьогодні: спілкування лідера з членами колективу, нагородження і заохочення кращих, обговорення стратегічних питань з радниками та ін. Але, рекомендації що лідеру зовсім необов'язково дотримуватися обіцянок, сьогодні підлягає оскарженню. Завдання, які стоять сьогодні перед керівниками, вже не ті, що в минулому: хтось відповідає за долі цілої держави, а хтось – за проєкти у своїй організації. Отже, час йде, сучасному керівнику потрібне нове розуміння своєї лідерської ролі й нові рекомендації для підвищення персональної ефективності.

За Робертом Ділтсом навики ефективного лідерства розглядаються як три проблемні простори і названі «металідерство», «макролідерство» і «мікролідерство».

Складністю *металідерства* є те, що лідер віддалений від послідовників, під його управлінням перебуває колективна маса, а не кожна конкретна людина. Саме тому він повинен мати особливо велику лідерську силу, щоб бути переконливим, вести за собою і досягати мети.

Макролідерство охоплює проблемний простір у рамках організації, підрозділу, проєкту тощо. При цьому «роль лідера реалізується двома шляхами: визначення напрямку і створення культури», тобто, визначення напрямку руху в успішне майбутнє та створення культури об'єднання людей, які здатні рухатися обраним шляхом. Лідер впливає на підлеглих йому людей, відповідаючи на такі їх запитання: чим є моя організація? Де в ній моє місце? У чому головний задум моєї організації? Отже, метою макролідерства є створення відданих членів однієї ідеї.

Мікролідерство фокусується на виборі такого стилю лідерства, який дозволить створити сприятливу робочу атмосферу, коли працівники прагнуть до співпраці, отримуючи від неї задоволення. Залежно від рівня підготовки людей, складності завдань стиль мікролідерства може мати широкий спектр варіантів – від директивності (вказівки, суворий контроль), наставництва (навчати, супроводжувати, перевіряти) до демократичної (консультувати, консультуватися) і партнерської (обговорення) взаємодії. Отже, якщо стиль лідерства обраний вірно, люди виконують свою роботу охоче і у діловій атмосфері.

Розкриваючи поняття «управління», слід акцентувати увагу на тому, що термін «управління», як правило, вживається тоді, коли підкреслюється важливість ефективності

управління, коли ми говоримо про діяльність керівника як про професію з відповідною освітою, коли йдеться про наукове мистецтво управління. Подібне тлумачення поняття «управління» пов'язується з інтеграцією думок кола науковців нашої країни (в освітньому просторі тощо) у міжнародну термінологічну практику. Проте поряд уживаються різні тлумачення поняття «управління», воно не є однозначним.

У розвитку закладу соціальної сфери центральне місце належить і функціям управління. Управління, як адміністративна функція керівництва, передбачає реалізацію загальних функцій в будь-якому спеціальному виді діяльності керівництва. Не так давно процес управління характеризувало п'ять функцій: аналіз, планування, організація, контроль, регулювання. На сьогоднішній час вкрай необхідно аналізувати й внутрішній стан закладу соціальної сфери, щоб отримати можливу інформацію, яка необхідна для поточного регулювання і прогнозування розвитку самого закладу.

Отже, *функція аналізу* управління в сучасних умовах доповнена і збагачена, так як передбачає пошук недоліків та невикористані ще резерви, які забезпечують основи прогнозування розвитку соціального закладу, а це дає можливість визначити мету в управлінні. З практичного досвіду функцію аналізу доцільно назвати «цілевстановлення і прогнозування» та дати визначення наступним її складовим: існування закладу в умовах внутрішнього аналізу, в умовах зовнішнього аналізу соціальної сфери та його поточний аналіз стану діяльності; визначити мету і завдання діяльності, шляхи поточного регулювання роботи; визначити способи вимірювання супутніх та кінцевих результатів; перспективних ліній його розвитку.

Стратегію планування мети модернізує і вбирає в себе *функція планування*. Її стратегічний план забезпечує методи досягнення поставлених цілей. Наявність спеціального підходу допомагає деталізувати завдання та систематизувати їх виконання за допомогою побудови мети. Планування – це своєрідне визначення завдань, виконання яких пов'язане з іншими функціями, початкова стадія управління, яка охоплює діяльність колективу в перспективі, поточну діяльність і детальне програмування. Бачимо, що суть цієї функції важлива в управлінні, і визначає перспективу, мету та шляхи їх досягнення. Умовну модель функції можна подати у вигляді ланцюга: проблема (тема) – мета – завдання – комплекс заходів – передбачувані результати. Важливим в управлінні є проблема прогнозування. Перспективні плани є документами наукового прогнозування, адже саме в них мають бути визначені основні напрями творчого пошуку. Важливі принципи планування – вибір і конкретизація заходів, конкретність визначення часу і виконавців, розумний баланс у забезпеченні функціонування і забезпечення необхідних змін.

Не менш важливою є наступна функція управління – *функція організації*, до якої відносимо процеси розчленування в часі й просторі необхідних заходів, об'єднання їх певною технологією та формування системи, якою управляють. Суть цієї функції визначає місце, роль кожного його члену колективу в досягненні мети і реалізації намірів, істотні зв'язки між завданнями і роботою людей та дозволяє об'єднувати і координувати наявні ресурси. Напрошується висновок, що управлінська діяльність має будуватися на підставі чіткого розподілу й кооперації. Однією з важливих умов управління є узгодженість дій, яка знаходить своє вираження у функції координування.

Функція, що має забезпечувати моніторинг досягнення мети за рахунок порівняння стандартів, норм, планів та реального стану явищ; яка відповідає реальному процесу виявлення причин і недоліків, які існують та вироблення способів їх усунення – це *функція контролю*. Але, контроль може використовуватися й для стимулювання успішної діяльності. Він має набути нового забарвлення, а саме, гуманістичний характер, оптимістичність, навчально-методичну спрямованість, гласність та інформаційну достатність. Перевірка як самостійна атестація з кількісними оцінками, повинна відходити на другий план. Тим самим,

ця функція більше уваги приділяє кінцевому результату та його якості. На практиці суттєвим недоліком контролю є його стихійність, безсистемність, відсутність глибокого аналізу.

Суть *функції регулювання* полягає в коригуванні таких наслідків як контроль, дозволяє їй підтримувати систему закладів соціальної сфери, упорядковувати всі її підсистеми, не допускаючи відхилень в управлінні. На підставі функції контролю здійснюється регулювання, яке пов'язане дуже тісно з продуктивністю управлінської праці, з дотриманням правил вивчення і об'єктивної оцінки важливості справ. Важелями функції регулювання (певними механізмами управління) є моральне й матеріальне стимулювання та поточна оперативна розпорядливість. Проте кожна з цих функцій в управлінському процесі проходить етапи збору і аналізу інформації; визначення моделі критерію результату; акцентуацію та адаптацію мети до строку виконання; контролю результатів та прогнозування перспективи на розвиток закладу. Можна вважати, що функції управління є основними видами діяльності, які утворюються зведенням однотипних видів робіт, якими керує управлінець спрямовуючи їх на досягнення мети. Слід орієнтуватися на факт того, що функції визначаються змістом і структурою закладу соціальної сфери.

Такий ряд особливостей управлінської діяльності закладу соціальної сфери є передумовою формування у керівників освітніх установ системного підходу до управління, одним із важливих чинників підвищення її ефективності. До особливостей управлінської діяльності закладів соціальної сфери слід віднести залежність мети управління від соціально-економічних відносин, ідеології; єдність централізованих і децентралізованих чинників та залежність ціннісної орієнтації до праці колективу.

В такому випадку ми маємо зорієнтувати керівника нової регенерації на необхідність проаналізувати та усвідомити власну ціннісну орієнтацію. Зі своїми функціями і проявами в регуляції поведінки управління, чинником, який мотивує, можуть бути такі самостійні складові характеристики, які поділені на: матеріальні потреби; прагнення і інстинкти, як джерела активності особистості керівника; мотиви, як причини, які визначають вибір орієнтації поведінки; емоції, прагнення і бажання; установки, як засоби регуляції поведінки людини на керівній посаді.

Керівник, як управлінець діяльністю закладу соціальної сфери вже володіє організаційною культурою, культурою мовлення і спілкування, естетичною культурою, правовою культурою та управлінською культурою. Проте, за останні роки відбулися і найзначніші зміни у сфері управління закладами соціальної сфери, концептуально змінилася роль і відповідальність керівника-лідера. Сучасний керівник закладу повинен бути своєрідним менеджером, який здатний проявляти гнучкість до інновацій; володіти професіоналізмом; чітко і якісно виконувати свої функціональні обов'язки, адже від цього залежить імідж закладу. До особистісних рис менеджера включають також вимоги до стану його здоров'я та способу життя. Насамперед – це висока працездатність, стресовитривалість, відсутність шкідливих звичок. Ці якості є необхідними в умовах постійного перевантаження, одночасного виконання кількох робіт, значної нервової і розумової напруженості, які характеризують управлінську діяльність. Таким чином, поряд з управлінською, правовою, економічною підготовкою кожному керівнику–менеджеру необхідна серйозна психологічна підготовка.

Отже, керівник є обличчям закладу, носієм цінностей і бренду: якщо раніше роль керівника обмежувалася внутрішнім середовищем у закладі, то зараз вона розповсюджується і на зовнішні зв'язки. Від керівника нової генерації вимагається відчуття першості інтересів закладу перед власними, готовність до роботи в нових умовах, орієнтація на пошук шляхів щодо підвищення професійної компетентності в управлінської діяльності, пошуку підходів до професійного зростання. А управлінська діяльність – це сукупність вироблених історичним досвідом, науковим пізнанням і талантом людей навиків, умінь, способів, засобів доцільних вчинків і дій людини у сфері управління.

Список використаних джерел

1. Державне управління : слов.-довід. / уклад. : В. Д. Бакуменко (кер. творч. кол.), Д. О. Безносенко, І. М. Варзар, В. М. Князєв, С. О. Кравченко, Л. Г. Штика ; за заг. ред. В. М. Князєва, В. Д. Бакуменка. Київ : Вид-во УАДУ, 2002. 228 с.
2. Дзвінчук Д. І. Менеджмент організацій : конспект лекцій. Івано-Франківськ : Місто НВ, 2007. 272 с.
3. Макіавеллі Н. Державотворець. Переклад з італійської : Валентина Балог. Київ : Арій, 2015. 223 с. (Антологія мудрості)
4. Одінцова Г.С. Теорія та історія державного управління : навч. посіб. / Г.С. Одінцова, В.Б. Дзюндзюк, Н.М. Мельтюхова та ін. Київ : Видавничий дім Професіонал, 2008. 288 с.
5. Чернушкіна О.О. Особливості управлінської праці в сучасних умовах. Матеріально-технічна база в освітній діяльності : зб. наук.-метод. праць / за заг. ред. М.Є. Скиби, С. Г. Костогриза. Хмельницький : ХНУ, 2012. 108 с.

Повстенко О.А.,
студентка спеціальності «Соціальна робота»
Національного університету «Запорізька політехніка»;
Балухтіна О.М.,
кандидат історичних наук, доцент
кафедри соціальної роботи та психології
Національного університету «Запорізька політехніка»
Україна, м. Запоріжжя

РОЛЬ ДЕРЖАВНОЇ СЛУЖБИ ЗАЙНЯТОСТІ В СОЦІАЛЬНІЙ АДАПТАЦІЇ ВНУТРІШНЬО ПЕРЕМІЩЕНИХ ОСІБ В УКРАЇНІ

Проблема внутрішньо переміщених осіб (далі – ВПО) залишається однією з найгостріших для сучасної України. Населення вимушено змінити місце проживання для власної безпеки, часом втрачаючи свою роботу і найчастіше – увесь прибуток. За таких умов ВПО потребують особливої уваги та допомоги з боку держави в соціальній адаптації та пошуку нової роботи.

Державна служба зайнятості (далі – ДСЗ) створена в грудні 1990 р. згідно постанови Кабінету Міністрів Української РСР від 21.12.1990 р. № 381 «Про створення державної служби зайнятості в Українській РСР» шляхом перебудови наявної на той час служби працевлаштування на спеціалізовану службу . Основними завданнями служби є забезпечення комплексного вирішення питань, пов'язаних з регулюванням зайнятості населення, професійною орієнтацією, працевлаштуванням, соціальною підтримкою тимчасово безробітних громадян [1, с. 12–13].

Основним законодавчим актом, який регулює діяльність ДСЗ, став Закон України «Про зайнятість населення» від 01.03.1991 р. На сьогодні Державна служба зайнятості є активним посередником на ринку праці між роботодавцями і шукачами роботи. Вона на безоплатній основі надає послуги із пошуку роботи та підбору персоналу, послуги з державного соціального страхування на випадок безробіття, а також здійснює виплату матеріального забезпечення у зв`язку з тимчасовою втратою роботи.

Станом на серпень 2022 р. за статистичними даними в Україні ВПО – більш як 6,9 млн осіб. Серед переміщених осіб більше половини від загальної кількості(55%) складають ті, які

прибули зі східних областей, з південних областей – 13%. У свою чергу, частка ВПО з Києва та північних областей суттєво зменшилася порівняно з першим місяцем повномасштабної війни – вона становила 16% і 12% відповідно. Майже половина ВПО (44%) працездатного віку зараз не працюють. Лише одна третина осіб отримують заробітну плату як основне джерело доходу після переміщення, а 24% осіб – покладаються на державну підтримку [1].

Сьогодні для підтримки ВПО на території України запроваджено програму компенсації роботодавцям витрат на зарплату працевлаштованих ВПО у розмірі 6 500 грн за кожного працівника впродовж перших двох місяців з початку працевлаштування. Важливо також стимулювати роботодавців не допускати дискримінації переміщених осіб та упередженого до них ставлення. Реалізація цієї послуги буде відбуватися через мобільний застосунок Дія. Послуги стають доступними для всіх і як наслідок покращується якість надання допомоги [2, с. 35].

Станом на квітень 2022 р. у штатному режимі працювали центри зайнятості 16 регіонів, а саме: Вінницької, Волинської, Дніпропетровської, Закарпатської, Івано-Франківської, Кіровоградської, Львівської, Одеської, Полтавської, Рівненської, Тернопільської, Хмельницької, Черкаської, Чернівецької областей та міста Києва. Частково (обслуговування клієнтів на території області здійснюються не у всіх центрах зайнятості регіону) працюють Миколаївська, Донецька, Житомирська, Запорізька, Київська області. Дистанційно здійснюється обслуговування населення на окупованих територіях Луганської, Донецької,

Запорізької, Херсонської областях. Можна ознайомитися з онлайн мапою працюючих центрів, що зекономить час з пошуку служби [1].

ДСЗ в Запорізькій області надає вакансії, з якими можна ознайомитися на сайті, або телеграм-каналі установи «Робота зараз: Державна служба зайнятості». Наприклад, на сьогодні актуальними є професії : електромеханік ліфтів (заробітна плата 8000 грн), педагог-організатор (заробітна плата 9000 грн), слюсар-ремонтник (заробітна плата 12000 грн), менеджер (управитель) з реклами (заробітна плата 10000 грн), менеджер з логістики (заробітна плата 20000 грн) та інші [1].

За період з січня по серпень 2022 р. 324 безробітних з числа ВПО знайшли собі роботу, що є дуже малою часткою, якщо порівнювати її із загальною кількістю ВПО, яка прибула до Запоріжжя (приблизно 120 тис. осіб) і є показником недостатньої якістю надання допомоги. Для допомоги українцям в адаптації на новому місці та пошуку роботи Запорізька торгово-промислова палата одноразово організовувала «Ярмарок праці» для внутрішньо переміщених осіб та представників бізнесу. Під час заходу людей консультували фахівці Запорізького міського центру зайнятості, експерти з працевлаштування та пошуку роботи, представники міжнародних програм підтримки, волонтери.

В Україні відбувається реформування сфери зайнятості. Внесені зміни до деяких законодавчих актів України. Планується залучати безробітних до суспільно-корисних робіт, щоб людина не залежала від матеріальної допомоги, що надає держава, як наслідок відмовлялась від запропонованої роботи та відчувала автономність власних дій.

Станом на 13.03.2015 р. послугами ДСЗ щодо сприяння у працевлаштуванні скористалися 31,2 тис. людей з числа ВПО, що отримали відповідну довідку. З них статус зареєстрованого безробітного отримали 24,0 тис. Допомогу по безробіттю виплачували 20,2 тис. осіб, забезпечено працевлаштуванням за направленням служби зайнятості 4,4 тис. переміщених осіб. Головними проблемами ВПО в Україні того часу були: припинення або відмова у нарахуванні соціальних виплат, перевірки, незрозумілість процедур [3, с. 4-6].

На нашу думку, в службі зайнятості існує ряд проблем, які потребують вирішення, що покращить систему надання послуг з працевлаштування. Ми гадаємо, що головними серед них є відсутність єдиної національної програми щодо стратегії розвитку служби зайнятості, механізмів адаптації та інтеграції ВПО. Це обумовлює потребу у створенні цільового

інформаційно-аналітичного центру та єдиної бази даних для акумуляції всієї інформації про ВПО, що дасть можливість координувати всі зусилля державних та недержавних органів і організацій щодо подолання проблем, пов'язаних з поверненням безробітних до нормального життя.

Внутрішньо переміщені особи мають низьку конкурентоспроможність на ринку праці через відсутність кваліфікації. Потрібно централізувати варіанти стажування або перенавчання за сучасними спеціальностями, які на сьогодні користуються попитом на ринку праці. ДСЗ необхідно шукати нові місця роботи для того, щоб людина з будь-якою професійною орієнтацією змогла реалізувати себе. Слід залучати населення до суспільно-корисних робіт з оплатою, але з помірним навантаженням. Ми вважаємо, що потрібно ввести житлову субсидію (відшкодування витрат на оплату житлово-комунальних послуг), які працюють на суспільно-корисних роботах. Необхідно створити портал пошуку роботи для ВПО від служби зайнятості або взаємодіяти з існуючими порталами пошуку роботи. Можна створити розділи з актуальними вакансіями саме для ВПО, де будуть роботи з гнучким графіком та в залежності від місця проживання.

Український науковець О. Білик зауважує, що на сьогодні можливості служби зайнятості в наданні освітніх послуг обмежені нормами законодавства. Зокрема, служба зайнятості здійснює навчання та перенавчання незайнятих громадян, зважаючи лише на поточні потреби ринку праці, і не може провадити навчання під перспективні потреби ринку праці. До того ж не всі ВПО, які прагнуть навчатись, можуть набути статус безробітного та

здобути необхідні освітні послуги від Державної служби зайнятості. Для вирішення цього питання служба зайнятості має активно співпрацювати із соціальними партнерами, які репрезентують інтереси роботодавців і згодні надати освітні послуги своїм потенційним працівникам. У цьому питанні ефективною може бути співпраця ДСЗ з благодійними національними і міжнародними організаціями та волонтерськими осередками, які опікуються проблемами ВПО. Для налагодження комунікацій служби зайнятості та зацікавлених організацій необхідно створити цільову інтернет-платформу та розгалужену мережу коворкінг-центрів для обміну інформацією та презентації звітів щодо спільних проєктів. Така співпраця дасть доступ ВПО до одержання широкого спектра послуг, які ще не передбачені законодавством України [2, с. 14].

Отже, Державна служба зайнятості повинна виконувати роль координатора і результати її роботи мають бути якісними, щоб уникнути руйнування наявного трудового потенціалу ВПО, бути комплексною, щоб поєднувати матеріальну, соціальну підтримку і сприяння у працевлаштуванні чи самозайнятості (підтримка підприємницьких ініціатив), бути індивідуальною, щоб якнайповніше реалізувати ресурс трудового потенціалу кожного переселенця. В країні не завершене реформування сфери зайнятості і поки що держава зробила замало для вирішення проблем ВПО. Людина сама займається пошуком роботи і питанням адаптації у нових обставинах. Зволікання з активними діями може призвести до подальшого зростання безробіття серед ВПО, його перехід у хронічну форму, збільшення ризиків поглиблення бідності в країні.

Список використаних джерел

1. Державна служба зайнятості: офіційний сайт. URL : https://www.dcz.gov.ua/analitics/68 (дата звернення 20.09.2022).

2. Дем’яненко М. Внутрішньо переміщені особи України: актуальні проблеми та шляхи їх розв’язання. *Україна: події, факти, коментарі*. 2018. № 3. С. 34–43.

3. Кашуба Я.М. Роль державної служби зайнятості у поверненні внутрішньо переміщених осіб до продуктивної зайнятості. *Ринок праці та зайнятість населення.* 2015. № 1. С. 4–6.

4. Білик О. Нові завдання державної служби зайнятості України в контексті сучасних викликів ринку праці. *Україна: аспекти праці.* 2019. №1. С. 10–16.

Повстенко О.А.,
студентка спеціальності «Соціальна робота»
Національного університету «Запорізька політехніка»;
Кузьміна М.О.,
викладач кафедри соціальної роботи та психології
Національного університету «Запорізька політехніка»
Україна, м. Запоріжжя

ТЕХНОЛОГІЇ СОЦІАЛЬНОЇ РОБОТИ В УКРАЇНІ В СФЕРІ ЗАЙНЯТОСТІ

Потреба населення в соціальних послугах з кожним роком набирає свою актуальність через ряд соціально-економічних і соціально-демографічних процесів. При виникненні певних глобальних проблем сучасного суспільства світ вимагає їх вирішення за допомогою розробки нових технологій із залученням дедалі більших груп фахівців. Сьогодні світовий досвід свідчить про те, що за допомогою соціальних технологій (інформаційних, навчальних, впроваджувальних, політичних, управлінських та ін.) можна досягнути покращення надання соціальних послуг в сфері зайнятості та розробки комплексу напрямків вдосконалення ринку праці з метою підвищення зайнятості населення.

Сучасний період розвитку українського суспільства характеризується проблемами у сфері зайнятості населення: безробіття через кризи в економіці та нестабільністю в соціально-політичній ситуації в державі. Одним з факторів нестабільності є стан людських ресурсів, пов'язаний зі зміною мотивації до праці, зниженням рівня підготовки в загальноосвітній школі, в процесах професійної підготовки, перепідготовки та підвищення кваліфікації персоналу організацій [1, с. 420].

На сьогодні в Україні можемо спостерігати позитивну динаміку значень показників по країні, яка забезпечена проведенням ефективної політики на ринку праці, в тому числі роботою служб зайнятості населення. Державна служба зайнятості України відіграє важливу роль в регулюванні соціально-трудової сфери і виступає як провідник державної політики зайнятості та посередник у відносинах між роботодавцями та безробітними громадянами. До структури Державної служби зайнятості входять обласні та місцеві Центри зайнятості [1, с. 422–423]. Система вимагає якісного поліпшення послуг, через ряд накопичених численних системних проблем, що надається державною службою зайнятості як безробітним, так і тим хто шукає роботу, а також роботодавцям. За даними досліджень, щодо ставлення населення до проблем зайнятості, менше половини населення звертаються в державну службу, бо ставляться до них упереджено. У зв'язку з цим виникає потреба в осучасненні технологій і способів надання послуг фахівцями служби зайнятості безробітним та роботодавцям в режимі online (в т.ч. засобами сучасних месенджерів Viber, Skype, WhatsApp, Te1egram), а відвідування безробітними центрів зайнятості доцільно замінити спрямуваннями до конкретних роботодавців, які висвічуватимуться в процесі електронного обслуговування безробітних [2, с. 280].

Підвищення якості надання соціальних послуг у сфері зайнятості можливе з впровадженням соціальних технологій. Інформаційні та соціальні технології в роботі з безробітними становлять єдину систему, компоненти якої є взаємодоповнюючими один одного, і для найбільш оптимального вирішення проблеми безробіття населення України доцільне їх спільне комплексне і цілеспрямоване застосування [1, с. 431].

Для покращення надання соціальних послуг у сфері зайнятості створено інноваційну модель на основі Єдиної технології та Єдиної інформаційно-аналітичної системи (ЄІАС). Вся система базується на сучасних Інтернет-технологіях. ЄІАС – веб-орієнтована система, яка побудована з використанням передових технологій у сфері інформаційних систем. ЄІАС розроблена з урахуванням складної 3-рівневої організаційної структури і територіального розташування великої кількості установ різного рівня підпорядкування. Користувачами системи є близько 12 000 співробітників державної служби зайнятості. Інформація з ЄІАС надається та використовується відповідно до законів України «Про інформацію» та «Про захист персональних даних». Дані технології покликані, щоб звільнити робочий час працівників центрів зайнятості для індивідуальної роботи з клієнтами. Результат від впровадження ЄІАС – забезпечення працевлаштування людини, повернення її до соціального функціонування, скорочення часу пошуку роботи і часу для відпочинку від роботи. ЄІАС дозволяє обслуговувати населення в реальному часі, проводити пошук вакансій не тільки по локальній базі даних, а й по центрам зайнятості всієї країни, в тому числі в автоматичному режимі і при відсутності клієнта. На сьогодні послугами служби користуються більше 3 млн. незайнятих і безробітних громадян, близько 1 млн. роботодавців та понад 1,5 млн. застрахованих громадян, які займаються різною економічною діяльністю. Збільшення кількості клієнтів стало можливим завдяки підвищенню рівня інформованості громадян про діяльність центрів зайнятості.

Розглянемо більш детально кожний компонент соціальних технологій. До складу соціальних технологій входять наступні:

- профілювання клієнтів;
- соціальний супровід за підходом кейс-менеджменту;
- розвиток системи соціального партнерства;
- регулярне інформування населення та роботодавців про ситуацію на ринку праці;
- організація громадських робіт;
- організація тимчасового працевлаштування неповнолітніх громадян у віці від 15 до 18 років.

Розвиваються сучасні технології інформування. Це створення телефонної системи інтерактивного голосового консультування, електронного консультаційного центру зайнятості, інформаційних куточків в органах місцевої влади – сільрадах, райдержадміністраціях.

Як зазначає Н. Савченко, інноваційною технологією практичної реалізації клієнто-орієнтованого підходу (customer-based approach) в наданні послуг у сфері зайнятості населення являться профілюванню клієнтів [4, с. 67]. Ключовою роллю профілювання, як інноваційної технології в сфері зайнятості, у розподілі клієнтів на секції по трудовим ресурсам, групи на основі ризику безробіття. Він спрямований на зниження затяжного безробіття, а також уникненню його поширення та зростання.

Наступною інноваційною технологією підвищення якості надання послуг у сфері зайнятості є соціальний супровід за підходом кейс-менеджменту, що передбачає тісну взаємодію фахівців центру зайнятості з безробітною особою, під час якої відбувається оцінка ситуації, розробляється індивідуальний план роботи, надається допомога у розв’язанні особистих та соціальних проблем, які заважають працевлаштуванню, шляхом залучення інших організацій та фахівців до надання необхідних послуг.

Для успішного вирішення проблем зайнятості, необхідно об'єднувати зусилля всіх причетних до цього і зацікавлених підприємств, установ, державних і громадських організацій, що відбувається за принципом соціального партнерства. Для розвитку сучасної ринкової економіки її соціальної спрямованості є важливим впровадження такого явища, як соціальне партнерство.

Наступною технологією покращення надання послуг є організація тимчасового працевлаштування неповнолітніх громадян у віці від 15 до 18 років у вільний від навчання час. Молоде покоління завжди виступає носієм найпрогресивнішого людського капіталу. Неефективне управління зайнятістю молоді в майбутньому може призвести до загальної соціально-економічної та суспільно-політичної кризи у недалекому майбутньому, бо саме підростаюче покоління це соціально-економічна основа майбутнього будь-якої держави.

Вищезазначені технології забезпечують цілісний підхід до клієнта, облік його інтересів, потреб, ціннісних установок, підтримання відповідних умов, що дозволяють активізувати внутрішні ресурси особистості для вирішення проблем, що виникли перед ним.

Таким чином, однією з умов, що забезпечують ефективність соціальної роботи з безробітними, є розробка та застосування різних технологій. За допомогою технологічного підходу досягаються найважливіші цілі соціальної роботи, вдається реалізувати великий перелік соціальних, соціально-економічних, соціально-психологічних, медико-соціальних та інших заходів для вирішення проблем клієнтів. Усі вони спрямовані на активізацію внутрішніх ресурсів найбезробітнішого та підвищення його конкурентоспроможності на ринку праці. Зайнятість є однією з ключових і визначаючих характеристик економіки країни та добробуту населення.

Список використаних джерел

1. Кузьмін В., Тургенєва А., Демченко І. Технології покращення надання соціальних послуг в Україні в сфері зайнятості. *Social Work and Education.* 2020. Vol. 7, No. 4. Pp. 418–435.

2. Гришко О.П. Модернізація інформаційного забезпечення сфери зайнятості населення: проблеми та перспективи. Організаційно-управлінські та психологічні аспекти сучасного ринку праці України: матеріали VI Всеукраїнської науково-практичної конференції, 27 листопада 2017 р. Зб. наук. пр. : Київ, 2017. С. 276–282.

3. Офіційний сайт Державної служби зайнятості України. URL: https://www.dcz.gov.ua/.

4. Савченко Н.В. Механізми формування та реалізації сервісноорієнтованої державної політики у сфері зайнятості населення в Україні: дис… дра наук з держ. упр. спеціальність: 25.00.02. Національний університет цивільного захисту України. Харків, 2020. 495 с.

Повстенко О.А.,
студентка спеціальності «Соціальна робота»
Національного університету «Запорізька політехніка»;
Щербина С.С.,
кандидат соціологічних наук, доцент,
доцент кафедри соціальної роботи та психології
Національного університету «Запорізька політехніка»
Україна, м. Запоріжжя

ПРОБЛЕМА ДИСКРИМІНАЦІЇ ЖІНОК НА РИНКУ ПРАЦІ В УКРАЇНІ

На ринку праці України виявлено суттєві відмінності між чоловічою та жіночою зайнятістю, специфічною особливістю яких є дискримінація жінок. Найбільш високооплачувані посади займають чоловіки, а це означає, що рівень доходів чоловіків вище за рівень доходів жінок. Оскільки Європейська інтеграція в Україні визначена головним напрямом державної політики, то стратегічною метою нашої держави є досягнення європейських стандартів у всіх сферах життя: політичній, економічній, соціальній і, в тому числі, у сфері ґендерної рівності в сфері політики. Українська практика, на жаль, свідчить про

неякісне виконання державою її зобов'язань, тому значна частина законодавчих норм, спрямованих на подолання гендерних диспропорцій, не сприяють їх подоланню.

Рівність трудових прав і заборона дискримінації у сфері праці за ознакою статі гарантуються національним законодавством, зокрема, Конституцією України (ст.ст. 21, 24, 43), Кодексом законів про працю України (ст.ст. 2–1, 22), Законами України «Про засади запобігання та протидії дискримінації в Україні», «Про забезпечення рівних прав та можливостей жінок і чоловіків» тощо. Роботодавці зобов'язані гарантувати гендерне середовище: створювати умови, що дозволяють жінкам суміщати працю і сімейні обов'язки, гарантувати однакову оплату праці жінок і чоловіків однакової кваліфікації і за однакових умов праці, створювати безпечні умови праці для життя та здоров'я. Але в реальному житті слід визнати, що проблема гендерної рівності існує. Роботодавці досить неохоче приймають на роботу жінок через ряд причин.

Основною причиною гендерної нерівності оплати праці є гендерна сегрегація. Основними її рисами є: поділ галузей регіону на «чоловічі» і «жіночі», збільшення розриву в рівні доходу чоловіків і жінок. Дискримінація може відбуватися не тільки за статтю, а й через супутні чинники: перерви під час народження дітей, і рольова модель сім'ї, у якій саме жінка приділяє увагу домашнім справам. Отже, можна говорити про те, що однією з причин обмеження жінок на ринку праці є неефективна система керівництва в основних галузях економічної діяльності країни.

Досвід проведення економічних реформ в Україні показує, що за відсутності адекватної системи державного регулювання зайнятості жіноча частина трудових ресурсів першою витісняється в частину країни, яка віддалена від центра ринку праці або взагалі за його межі. У результаті посилюється прихована та явна дискримінація жінок, гендерна сегментація ринку праці, знецінення її освітнього і кваліфікаційного потенціалу. Дана проблема набуває все більшої актуальності, проте дуже часто при її дослідженні не враховують суто економічних факторів, що впливають на трудові відносини.

За статистичними даними Державного центру зайнятості, у середньому жінки заробляють менше за чоловіків усього на 108 грн, але якщо аналізувати за сферами діяльності, то можна виявити більш відчутну різницю. Жінки заробляють більше лише у сферах освіти й охорони здоров'я. У чоловіків зарплата вища на 5-12% навіть у галузях харчування й торгівлі. Найбільший розрив в оплаті праці спостерігається у таких сферах як промисловість (32%), фінансова діяльність (29%), діяльність у сфері культури та спорту, відпочинку та розваг (34%), надання комунальних та індивідуальних послуг (30%). Жінки є найбільш незамінними в таких сферах як освіта, готельний та ресторанний бізнес (близько 40% вакансій із перелічених сфер містять вказівку на стать на претендентки на посаду). На противагу, чоловіків найбільше очікують у сферах будівництва (50%), транспорту (36%), сільського господарства (22%) та, дещо меншою мірою, у вакансіях на посади топ-менеджерів (13%). Тобто, жінок очікують на тих роботах, які традиційно марковані як «більш жіночні», а чоловіків – на «більш чоловічих» Якщо говорити про керівні посади, то дисбаланс ще відчутніший. У 2021 році в Україні, за підрахунками Deloitte, налічувалося всього 18% керівниць. У 2017 році Кабмін значно скоротив перелік "нежіночих" професій, а з 2021 року чоловіки самозайнятих дружин можуть іти в декретну відпустку. У 2022 році був введений штраф за дискримінацію в оголошеннях про вакансії в розмірі десяти мінімальних зарплат (близько 65 тис грн). Отже, перший механізм розриву в оплаті праці жінок і чоловіків – створені ринком праці окремі «ніші» для наповнення переважно жінками чи чоловіками (горизонтальна гендерна сегрегація), які характеризуються нерівним доходом, нездатністю освіти надавати можливість отримати кращі ресурси [1].

Для вирішення питання гендерної нерівності в Україні необхідно перейняти досвід високорозвинених країн ЄС з їх принципами національного та міжнародного законодавства.

Європейський Союз уже має значні досягнення в забезпеченні гендерної рівності. Наприклад, за останні 12 років частка жінок на ринку праці зросла з 52% до близько 60%. Частка молодих жінок віком 20–24 роки становить 59% від усіх студентів європейських університетів. Однак гендерний розрив залишається. Так, на ринку праці жінки досі більше представлені на низькооплачуваних роботах, їх небагато на керівних посадах, їх середня заробітна плата в ЄС досі на 15% менша ніж у чоловіків. Лише 33,2% самозайнятих є жінками [2].

Як свідчить досвід гендерної політики ЄС, важливо мати фахово інституціоналізовану гендерну політику, що супроводжується відповідними механізмами її реалізації. В Україні формально деякі аспекти гендерної політики присутні, але бракує практичних механізмів реалізації, а також політичної волі на привернення уваги до питань гендерної рівності [3].

На нашу думку, слід впроваджувати такі практичні механізми реалізації гендерної політики:

– приведення українського законодавства у повну відповідність до конституційних принципів рівності та європейських норм;

– вироблення особливих антидискримінаційних норм та санкцій за порушення гендерного законодавства;

– бюджетне забезпечення реалізації Державної програми досягнення гендерної рівності;

– проведення спеціальних інформаційних кампаній;

– посилення громадського контролю за виконанням міжнародних зобов’язань та принципів рівності прав та можливостей жінок і чоловіків [4].

Отже, проблема дискримінації жінок на ринку праці – це проблеми не лише жінок або чоловіків, це проблеми всього суспільства, тому успішне їх вирішення принесе користь населенню України в цілому. Як свідчить практика та дані опитувань громадської думки, гендерна політика в нашій державі відбувається переважно на декларативному рівні. Відсутній зв'язок між процесами регулювання та дослідження гендерних відносин в Україні, що видно на прикладі українського законодавства щодо питань гендерної дискримінації в трудових відносинах. Необхідне ухвалення комплексного законодавчого акта щодо заборони дискримінації за різними ознаками, який би передбачав як загальні заходи щодо її подолання, так і спеціальні, спрямовані на боротьбу з окремими видами дискримінації. Однак очевидно, що виключно шляхом законодавчої заборони подолати дискримінаційну практику неможливо. У будь-якому разі тільки комплексний підхід до розв'язання зазначеної проблеми дасть змогу досягти певних позитивних зрушень у трудовій сфері в Україні.

Список використаних джерел

1. Державна служба статистики України: офіційний сайт. URL: https://www.ukrstat.gov.ua/ (дата звернення 29.09.22)

2. Черба В.М. Гендерна нерівність на ринку праці України. *Ефективна економіка*. 2016. № 5. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/efek_2016_5_40

3. Хім М.К. Значення впровадження сучасної гендерної політики для професійного та особистісного розвитку державних службовців. *Науковий вісник Ужгородського національного університету : серія: Міжнародні економічні відносини та світове господарство* / голов. ред. М.М. Палінчак. Ужгород : Гельветика, 2020. Вип. 29. С. 156–160.

4. Жуковська Г.Г., Левченко К.Б., Остапенко О.О., Суслова О.І. Ґендерна політика в нормативно-правових документах; за заг. ред. К. Б. Левченко. Київ, 2020. Ч. 1. 186 с.

Риженко Н.М.,
магістрантка спеціальності «Освітні педагогічні науки»
Ніжинського державного університету імені Миколи Гоголя;
Конончук А.І.,
кандидат педагогічних наук, доцент,
доцент кафедри соціальної педагогіки і соціальної роботи
Ніжинського державного університету імені Миколи Гоголя
Україна, м. Ніжин

ДО ПИТАННЯ ЗАГАЛЬНОЇ ХАРАКТЕРИСТИКИ ПІДЛІТКОВОГО ВАНДАЛІЗМУ

Серед соціально-негативних явищ, пов'язаних зі зростанням насильства і жорстокості, деформації суспільної моралі розповсюджуються види поведінки, що спрямовані на знищення, руйнування і пошкодження пам'яток історії та культури, наругу над могилами чи іншим місцем поховання, пограбування давніх культурних споруд, осквернення будівель. Така форма агресивної поведінки особистості науковцями визначається як вандалізм. Його пік припадає на 11-13 років. При цьому, у підлітковому середовищі вандалізм сприймається як розважливе проведення часу. У зв'язку з цим виникає необхідність проведення профілактики підліткового вандалізму з метою попередження та подолання негативних наслідків цього явища для суспільства і самої особистості [3].

У Кримінальному кодексі України нині бракує спеціальної норми, що передбачає відповідальність за вандалізм, натомість увага в основному переноситься на хуліганські дії, пов'язані з асоціальною поведінкою. У Юридичній енциклопедії вандалізм визначається як «безглузде знищення культурних і матеріальних цінностей» [4, с. 304]. Але науковці зазначають, що безглуздість вандалізму відносна, оскільки вмотивована, а тому має свій особистісний сенс, хоча й не завжди усвідомлюваний дієвою особою і тим більше іншими людьми.

Сутність та причини підліткового вандалізму вивчали Т. Алєксєєнко, Л. Ватова, О. Караман, С. Кушнарьов, Л. Філіппова та ін. Особливості та організація соціально-педагогічної профілактики підліткового вандалізму обґрунтовується у працях О. Безпалько, О. Песоцької, С. Харченка та ін. Вони характеризують вандалізм як прояв антигромадської поведінки, який переважно вчиняється підлітками в громадських місцях і виявляється в умисному знищенні або пошкодженні майна (підпалах будинків, автомобілів, побитті вітрин тощо), шляхів сполучення, релігійних споруд чи культових будинків, в осквернені або знищенні релігійних святинь, нарузі над державними символами, пам'ятниками, похованнями тощо. Вандалізм як явище – динамічна структура, представлена різними стадіями розвитку. На першій стадії акти вандалізму, як правило, епізодичні й обумовлені зовнішніми соціальними чинниками, а також неконтрольованими емоційними реакціями (гнів). На другій стадії акти вандалізму набувають стійкий, повторювальний характер і мотивовані потребою у самоідентичності. На третій стадії розвитку вандалізм стає переконанням, від матеріальних його форм переходить у вандалізм усвідомлений, духовний [1].

Неповнолітні скоюють акти вандалізму, як правило, для самоствердження, протесту проти встановлених у суспільстві норм поведінки, для підняття власного статусу в групі ровесників. Так, Т. Алєксєєнко зазначає, що підлітковий вандалізм має ряд особливостей, зокрема: груповий характер; високу латентність; раптовість; непередбаченість; швидкість дій; комплексність; кримінальну спрямованість мотивації [1, с. 73].

Основні причини молодіжного вандалізму науковці визначають на таких рівнях: *державному* і *регіональному* : системна криза держави, економіки, суспільства і особистості;

зміна цінностей, формування яких відбувається протягом віків; економічна поляризація різних прошарків населення; пропаганда вандалізму і насильства у ЗМІ; контркультура, яка існує в суспільстві; *місцевому*: неблагополуччя оточуючого середовища (сім'я, навчальний колектив, неформальні молодіжні об'єднання асоціальної спрямованості); *груповому*: ситуативні чинники: екстремальні ситуації, ізоляція, незадоволення очікувань, дискомфортність умов; *особистісному*: невихованість; соціальний інфантилізм; моральна незрілість; неврівноваженість психіки; нездатність до саморегуляції.

До умов виникнення молодіжного вандалізму відносять: негативні стилі виховання; недостатність виховної роботи з молоддю; особливості підліткового віку; відчуження від корисних видів діяльності; депривацію потреби в самореалізації; ситуативні чинники (конфлікти, стреси, які супроводжуються негативними емоційними станами) [1, с. 73–74].

О. Бібік виокремлює наступні види вандалізму: екологічний; ідеологічний; вандалізм із помсти; вандалізм музичних і спортивних фанатів; корисливий; вандалізм відносно споруд малих архітектурних форм; знищення і пошкодження пам'яток культури; осквернення могил; електронно-обчислювальний вандалізм. А. Бандурка і А. Зелінський, беручи до уваги провідні мотиви і ті суспільні відносини, у сфері яких вчинюються агресивні правопорушення, виокремлюють шість різновидів вандалізму: побутовий, епатажний, «кримінальний», ідеологічний, терористичний, державно-чиновницький [2].

Залежно від домінуючого мотиву руйнування, С. Коен виділяє шість типів вандалізму: вандалізм як спосіб придбання; тактичний вандалізм; ідеологічний вандалізм; вандалізм як помста; вандалізм як гра; злісний вандалізм [1, с. 74–75]

На підставі результатів проведеного дослідження Т. Алєксєєнко визначила чотири мотиваційні рівні вандалізму підлітків:

- *перший рівень* – несвідомий (мотиви: вихід гніву, вплив алкогольних чи наркотичних засобів, ефект натовпу «як всі, так і я»);

- *другий рівень* – підсвідомий (мотиви: гра, розвага, змагання, наслідування, навіювання);

- *третій рівень* – свідомий, особистісно-психологічний (мотиви: вандалізм – як звичка поведінки, самозахист, помста; іноді вандалізм – як побічний бік злочину);

- *четвертий рівень* – свідомий, соціально-психологічний (мотиви: самоствердження, протест, помста за образу) [1].

Таким чином, вандалізм як особливий вид агресивної поведінки особистості характеризується руйнуванням об'єктів матеріальної або духовної культури, а також специфічною мотивацією таких дій. При цьому руйнівна активність має для індивіда особливий особистісний сенс, а мотиви вандалізму пов'язані з актами агресивної поведінки окремих осіб або негативно збуджених груп людей (натовпу). По мірі загострення соціальних суперечностей у суспільстві збільшується й кількість актів вандалізму. Особливо поширеним є такий вид поведінки у підлітковому середовищі та має свої специфічні прояви. Зважаючи на деструктивність його впливу на особистість та соціум, виникає необхідність проведення профілактики підліткового вандалізму з метою попередження та подолання негативних наслідків цього явища.

Список використаних джерел

1. Алєксєєнко Т. Ф., Кушнарьов С. В. Ризикована поведінка : посібник. Вінниця : ТОВ Фірма Планер, 2013. 172 с.

2. Бандурка А. М., Зелинский А. Ф. Вандализм. Харьков : Университет внутренних дел, 2012. 198 с.

3. Соціальна робота з різними категоріями клієнтів: наук.-навч.-метод. посіб. для студ., маг., асп. та спец. у галузі соціальної педагогіки, соціальної роботи / Л. Ц. Ваховський, О. Л. Караман, М. С. Кратінов, О. П. Песоцька, С. Я. Харченко. Луганськ, 2003. 198 с.

4. Юридична енциклопедія : в 6 т. / За заг.ред. Ю. С. Шемшученко. Київ : Українська енциклопедія, 1998. Т. 1 : А – Г. 672 с.

Савицька А.Ю.,
аспірантка кафедри професійно-педагогічної,
спеціальної освіти, андрагогіки та управління
Житомирського державного університету імені І. Франка,
соціальний менеджер
КУ «Центр надання соціальних послуг» Брусилівської селищної ради
Україна, смт. Брусилів;
Сейко Н.А.,
доктор педагогічних наук, професор,
професор кафедри соціальних технологій
Житомирський державний університет ім. І.Франка
Україна, м. Житомир

ЗАСТОСУВАННЯ ВЕДЕННЯ ВИПАДКУ В СОЦІАЛЬНІЙ РОБОТІ

На сьогодні технологія ведення випадку («case management») у соціальній роботі є найбільш ефективним підходом як на міжнародному рівні, так і в українському суспільстві. Вона передбачає комплексний міждисциплінарний підхід, адже враховує та інтегрує в собі й інші технології (оцінка потреб, раннє втручання, кризове втручання, надання послуг). Ведення випадку реалізується на макро- та мікрорівнях, що впливає на рівні клієнтів і на рівні цілої системи. Насамперед, визначену технологію застосовують для допомоги вразливим категоріям населення, що зумовлює актуальність обраної теми.

Уперше було сформовано зміст і сутність технології ведення випадку американськими науковцями С. Дойл і М. Річмонд. Серед вітчизняних учених, хто досліджував характеристики ведення випадку варто зазначити Н. Гусак, І. Звєрєву, О. Іванову, Н. Кабаченко, З. Кияницю, В. Назарук, Ж. Петрочко, Н. Сабат, К. Савчук, Л. Скоропада та інші.

І. Звєрєва та Ж. Петрочко характеризують модель ведення випадку як провідну технологію соціально-педагогічної роботи з конкретною проблемною ситуацією, у якій об'єднано певний моніторинг ситуації, залучення інших інституцій та здійснення координації дій з метою розв'язання психологічних, міжособистісних, соціальних проблем клієнта, його оточення [1]. У трактуванні Н. Сабат ведення випадку – це така модель соціально-педагогічних дій, коли соціальний працівник відповідає не тільки за організацію, а й за надання послуг конкретному клієнтові [6, с. 158–165]. У методичному посібнику «Управління діяльністю соціальних служб» за редакцією О. Іванової, Н. Гусак ведення випадку – це організація комплексу заходів з надання персональної допомоги окремим отримувачам в їх звичному середовищі проживання [7].

У сучасній практиці соціальної роботи ведення випадку передбачає як короткочасну, так і довготривалу допомогу, що у кожному окремому випадку обґрунтовується парадигмою потреб клієнта, його особливостями, метою втручання чи ресурсами соціальної служби. Науковці виділяють кілька моделей ведення випадку: адміністративну модель, яка полягає в оцінюванні фахівцями із соціальної роботи потреб клієнта, скеруванні його до інших спеціалістів, а також координації їхньої роботи; модель інтенсивного догляду, яка полягає у

наданні клієнту безпосередньої практичної і терапевтичної підтримки [5]. Крім того, фахівці із соціальної роботи при використанні у роботі технології ведення випадку керуються низкою нормативно-правових документів, зокрема: Законом України «Про соціальні послуги» (2020 р.); постановами Кабінету Міністрів України: «Питання діяльності органів опіки та піклування, пов'язаної із захистом прав дитини» (2008 р.), наказами Міністерства соціальної політики «Про затвердження державного стандарту соціального супроводу сімей (осіб), які перебувають у складних життєвих обставинах» (2016 р.), «Про затвердження форм обліку соціальної роботи з сім'ями/особами, які перебувають у складних життєвих обставинах» (2018 р.) тощо.

Ведення випадку, як і будь-яка інша технологія передбачає чіткий алгоритм роботи, хоча кількість етапів різниться. Н. Гусак зазначає, що ведення випадку (кейс-менеджмент) – «метод соціальної роботи, який передбачає оцінку ситуації та потреб клієнта, визначення цілей та планування заходів задля їх досягнення, моніторинг та оцінювання результатів роботи», а процес роботи розгортається у шість етапів: встановлення контакту; збір інформації та оцінка потреб; планування заходів; реалізація плану та моніторинг; перегляд та оцінювання результатів роботи; завершення стосунків [2, с. 7]. З. Кияниця, Ж. Петрочко пропонують ведення випадку розглядати як базовий спосіб організації надання індивідуальних соціальних послуг, виокремлюючи такі етапи роботи: 1) аналіз повідомлення/інформації про потребу надання соціальних послуг; 2) оцінка потреб особи, сім'ї, які перебувають у складних життєвих обставинах; 3) прийняття рішення про надання соціальних послуг з урахуванням індивідуальних потреб отримувача соціальних послуг; 4) підписання договору про надання соціальних послуг між отримувачем та надавачем соціальних послуг, розроблення індивідуального плану надання соціальних послуг; 5) надання соціальних послуг/здійснення соціального супроводу і їх перегляд; 6) проведення моніторингу та оцінки ефективності соціальних послуг/соціального супроводу та закриття випадку [4, с. 151]. У свою чергу, Закон України «Про соціальні послуги» (2020) визначає, що надання соціальних послуг здійснюється шляхом ведення випадку, що включає такі етапи: 1) аналіз заяви/звернення про надання соціальних послуг, повідомлення про осіб/сім'ї, які перебувають у складних життєвих обставинах або в ситуаціях, що загрожують життю чи здоров'ю особи; 2) оцінювання потреб особи/сім'ї у соціальних послугах; 3) прийняття рішення про надання соціальних послуг з урахуванням індивідуальних потреб особи/сім'ї; 4) розроблення індивідуального плану надання соціальних послуг; 5) укладення договору про надання соціальних послуг; 6) виконання договору про надання соціальних послуг та індивідуального плану надання соціальних послуг; 7) здійснення моніторингу надання соціальних послуг та оцінки їх якості [3].

Детальніше розглянемо ведення випадку на прикладі комунальної установи «Центр надання соціальних послуг», ураховуючи етапи зазначені у Законі України «Про соціальні послуги». До відділу соціального захисту населення звертається особа чи сім'я із заявою про надання соціальних послуг. Працівники відділу соціального захисту населення надають повідомлення про надання соціальних послуг до центру надання соціальних послуг щодо з'ясування причин звернення. Таким чином встановлюється контакт між фахівцем із соціальної роботи та потенційним клієнтом, у межах якого реалізується перший етап роботи.

Другий етап – оцінювання потреб особи / сім'ї у соціальних послугах – передбачає збір первинної інформації про потенційного клієнта та його сім'ю. Для цього фахівець із соціальної роботи протягом п'яти робочих днів складає акт оцінки потреб сім'ї, в якому зазначає загальну інформацію про членів сім'ї / особу за місцем проживання (на момент оцінювання); стан та потреби дітей (дитини); стан дорослих членів сім'ї (батька, матері) / особи на момент оцінювання; фактори сім'ї та середовища; класифікація випадку та висновок оцінки потреб сім'ї. На даному етапі актуальними є такі методи соціальної роботи, як бесіда, анкетування,

опитування. На шостий робочий день фахівець із соціальної роботи надає повний пакет документів (акт оцінки потреб сім'ї, висновок оцінки потреб сім'ї, завірені копії документів усіх членів сім'ї) до відділу соціального захисту для отримання рішення про надання соціальних послуг.

Прийняття рішення про надання соціальних послуг з урахуванням індивідуальних потреб особи/сім'ї здійснюється на третьому етапі ведення випадку. До центру надання соціальних послуг надходить рішення про надання чи відмову соціальних послуг відділу соціального захисту населення. У разі позитивного прийняття рішення, фахівець із соціальної роботи розробляє індивідуальний план надання соціальних послуг, що реалізується в межах четвертого етапу роботи. Структура індивідуального плану стала та включає в себе наступні компоненти: загальні відомості про отримувача соціальних послуг; план заходів, що здійснюються для надання соціальних послуг; відомості про необхідні ресурси; періодичність й термін виконання; відомості про відповідальних виконавців; дані стосовно моніторингу результатів й відмітки щодо перегляду плану [7]. При складанні індивідуального плану, фахівець із соціальної роботи акцентує свою увагу на партнерські стосунки з клієнтом і в разі необхідності залучає й інших фахівців для спільного ведення випадку. Індивідуальний план складається в двох екземплярах, один із яких отримує клієнт.

Під час п'ятого етапу роботи, фахівець із соціальної роботи підписує договір про надання послуг, який визначає мету, складові, юридичні засади оформлення, обов'язки та права сторін, умови розірвання. Документ підписується директором установи та клієнтом або ж його представником (якщо клієнтом є дитина), як і індивідуальний план у двох примірниках, один з яких надається клієнтові. Одним із найважливіших етапів ведення випадку є шостий – виконання договору про надання соціальних послуг та індивідуального плану надання соціальних послуг. На даному етапі фахівець із соціальної роботи заповнює соціальну картку клієнта, де зазначається номер поінформованої угоди, проходження рентгену, код клієнта (код, який буде використовуватися в документації та базі даних проєкту для збереження анонімності), статус клієнта (характер основної проблеми клієнта), дата включення (число, місяць, рік з моменту початку проведення оцінки потреб клієнта), дата виходу (число, місяць, рік, коли клієнт вийшов із проєкту). Соціальна карта клієнта повинна містити інформацію про фахівців, відповідальних за організацію роботи із сім'єю/особою; суб'єктів соціальної роботи, які працюють із сім'єю/особою (надають соціальні послуги); клієнта та/або осіб, які проживають разом (контакти, освіта, зайнятість, статус, інвалідність, види виплат, категорія уразливої групи); ознаки та чинники функціонування сім'ї/особи; особливості ведення соціального випадку сімей з дітьми залежно від типу складності та наявних ризиків щодо задоволення потреб дитини; облік надання послуг та облік іншої інформації, що стосується сім'ї. По завершенні роботи зазначаються причини виходу чи припинення співпраці. Загалом визначення потреб клієнта в соціальній роботі здійснює фахівець із соціальної роботи в приміщенні установи чи, у разі потреби, вдома в отримувача. Процес відбувається спільно з клієнтом або його представником. Важливе значення для фахівців із соціальної роботи мають офіційні документи залучених служб, організацій, установ, аналіз яких дає змогу долучити клієнта до соціальних програм, проєктів соціальної підтримки окремих цільових груп і категорій населення.

Останній сьомий етап передбачає моніторинг надання соціальних послуг та оцінки їх якості. З метою визначення ефективності складеного індивідуального плану через місяць після початку надання соціальних послуг, надалі – відповідно до графіка, не менш, ніж два рази на рік, проводиться моніторинг. Метою проведення моніторингу є: встановити, чи досягнуто запланованих показників; виявити проблемні напрями діяльності, з послідуючою корекцією дій; визначити поточні потреби. У разі необхідності чи в процесі виявлення нових потреб клієнтів, вносяться зміни до індивідуального плану надання соціальних послуг. Під час

моніторингу найчастіше використовується метод анкетування чи опитування, перевірка й аналіз документації, спостереження за процесом надання соціальних послуг, бесіда і співбесіда. Також у процесі роботи фахівець із соціальної роботи повинен використовувати методи самооцінки для самоконтролю виконання плану. Підставою для закриття випадку є: його виконання; відмова отримувача чи його представника від зазначеної послуги; направлення отримувача соціальних послуг до інших соціальних служб; зміна місця проживання отримувача соціальної послуги; грубе, принизливе ставлення отримувача соціальних послуг до персоналу чи інших отримувачів соціальних послуг; порушення порядку (сварки, бійки тощо); систематичне перебування у стані алкогольного, наркотичного сп'яніння; виявлення медичних протипоказань для надання соціальних послуг; закінчення терміну дії договору; смерть отримувача [7]. Після закінчення роботи, згідно індивідуального плану надання соціальних послуг, робиться запис в особовій справі клієнта та проводиться оцінка впливу, яка передбачає здійснення аналізу отриманих результатів, що стосуються успішності всього процесу надання соціальних послуг отримувачу. Найбільш доцільним та ефективним методом оцінювання якості надання соціальних послуг є безпосереднє спілкування з отримувачем. Під час цього процесу можна додатково використовувати анкетування та опитування, у яких фіксуються їх підсумкові судження про надану допомогу.

Варто зазначити, що вагомий внесок у методологічне забезпечення ведення випадку вносять передусім недержавні організації соціальної сфери – послуговуючись кращим закордонним досвідом, розробляють та покращують саме таке змістовно-інструментальне наповнення роботи, яке відповідає потребам та особливостям конкретної групи клієнтів, навчають фахівців якісному та ефективному веденню випадку, на запрошення різних закладів і служб здійснюють супервізію на робочому місці. Незважаючи на виявлені розбіжності щодо тлумачення поняття та етапів ведення випадку, впровадження ведення випадку має ґрунтуватися на тісній взаємодії залучених фахівців і активізації клієнта, використанні конкретних інструментів та координуватися кейс-менеджером.

Список використаних джерел

1. Ведення випадку / за заг. ред. проф. І. Д. Звєрєвої. Київ ; Сімферополь : Універсум, 2013. С. 481–482.
2. Гусак Н. Кейс-менеджмент внутрішньо переміщених осіб : *методичні рекомендації*. 2015. С. 64.
3. Закон України «Про соціальні послуги» (2020). URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2671-19#Text
4. Кияниця З., Петрочко Ж. Соціальна робота з вразливими сім’ями та дітьми : посіб. у 2-х ч. *Сучасні орієнтири та ключові технології*, 2017. Ч. 1. С. 267.
5. Основи соціальної роботи : в 3 ч. / за ред. Т. В. Семигіної та І. М. Григи. Київ : Вид. дім «КМА», 2004. С. 178.
6. Сабат Н. Моделі соціально-педагогічної допомоги неблагополучній сім'ї. *Вісник Львівського університету. Серія педагогічна.* 2010. Вип. 26. С. 158–165.
7. Управління діяльністю соціальних служб : метод. посібник / упорядн. заг. ред. О. Іванова, Н. Гусак. ПРООН в Україні, Проєкт «Підтримка реформи соціального сектору в Україні». Київ : К.І.С., 2013. 178 с.

Созонова О.І.,
магістрантка спеціальності «Освітні педагогічні науки»
Ніжинського державного університету імені Миколи Гоголя;

Останіна Н.С.,
кандидат педагогічних наук, доцент,
доцент кафедри соціальної педагогіки і соціальної роботи
Ніжинського державного університету імені Миколи Гоголя
Україна, м. Ніжин

СОЦІАЛЬНА РОБОТА З ПРОФІЛАКТИКИ ЗАЛЕЖНОСТІ ВІД ПСИХОАКТИВНИХ РЕЧОВИН СЕРЕД ПІДЛІТКІВ

На початку XXI ст. зловживання наркотиками у світі перевершило всі критичні межі та набуло характеру епідемії.

Серйозною проблемою є те, що наркоманія у нашій державі, можливо, навіть більше, ніж у багатьох інших країнах світу, а також те, що вона пов'язана зі злочинністю. За даними експертної комісії Міністерства внутрішніх справ нашої країни, загальна кількість споживачів наркотиків перевищує 1 млн. осіб, в тому числі і осіб підліткового віку, коли нині в Україні навчається понад 6 млн. школярів [1, с. 15]. Найбільшу тривогу викликає й факт того, що на сучасному етапі відзначається значне омолодження контингенту споживачів психоактивних речовин з одночасним поширенням спектру вживаних наркотичних речовин.

За даними Управління ООН з наркотиків та злочинності у світі в 2009/2010 роках хоча б один раз вживали заборонені наркотики від 149 до 272 млн. осіб (3,3% – 6,1% населення у віці 15–64 років). Орієнтовно половина з них – поточні наркоспоживачі, тобто такі, що вживали заборонені наркотики не менш одного разу протягом місяця. Перш за все, вирішення цієї проблеми потребується на законодавчому рівні. Діючі державні нормативно-правові документи, зокрема, Закони України «Про заходи протидії незаконному обігу наркотичних засобів, психоактивних речовин і прекурсорів та зловживання ними», «Про заходи щодо попередження та зменшення вживання тютюнових виробів і їх шкідливого впливу на здоров'я населення» та ряд інших передбачають необхідність здійснення антинаркотичної профілактики в сучасних умовах і комплексні заходи профілактично-реабілітаційного характеру.

Наркоманія має глибокі соціальні та історичні корені. Як ми всі знаємо, наркотики були з усією історією людства. Існує гіпотеза, що люди вже були знайомі з наркотиками приблизно за 40 000 років до нашого часу. Ми не будемо першими коли погодимось з тим, що сьогодні в усіх країнах світу, в тому числі і в Україні, спостерігається стійкий «ренесанс» наркозалежних, які переважно це молоді люди віком від 20 до 30 років.

Протягом багатьох років проблема вживання психоактивних речовин досліджувалися вченими різних країн: О. Яременко, А. Капська, Н. Максимова, А. Маюров, Н. Анісімов, О. Пилипенко, С. Гарницький та ін. [2]. Досліджувана нами проблема є об'єктом пильної уваги таких зарубіжних і вітчизняних дослідників, як С. Березін, В. Бітенський, С. Дворян, Б. Лазоренко, Т. Литвиненко, Н. Максимова.

Проблемою часу стало відношення підлітків до наркотиків. Молоде покоління є основною мішенню для набору в «армію наркозалежних» і воно не є однорідною групою за інтересом і сприйняттям наркотиків. Можна навіть сказати, що різні групи молодих людей мають дуже різні і часто діаметрально протилежні погляди на законність вживання наркотиків. Тому умовно молодь поділена на п'ять категорій:

1. Більше половини сучасної молоді не цікавляться наркотиками і не схвалюють вживання наркотиків.

2. Друга група молоді цікавиться способом життя наркоманів, але не хоче жити як наркомани.

3. Третя категорія – це ті, хто емоційно ототожнює себе з наркоманом і сам регулярно вживає наркотики. Для більшості з цих людей вживання наркотиків є відображенням їхньої власної життєвої філософії, а не ознакою непереборної потреби в наркотиках.

4. Четверта група – це молоді люди, що ідентифікують себе з наркоманами з погляду зовнішності, поводження і відношення до наркотиків. Незважаючи на це, через короткочасний період вживання наркотиків або наявність особистих задатків, ці люди зберігають певну дистанцію стосовно наркотиків, і ніколи не піддаються їм повністю.

5. Відносно невелику меншість становлять молоді люди, які повністю відірвалися від суспільства. Вони психічно і фізично повністю залежні і прийняли такий підхід. На щастя, переважна більшість підлітків та молоді належить до першої й частково до другої групи. Четверту й п’яту групу становить екстремальна меншість, чиї життєві позиції й способи дій несуть відбиток психічних відхилень, а фізичне й психічне здоров'я перебуває в найбільшій небезпеці.

На сьогодні в країні соціально-педагогічна профілактика залежності від психоактивних речовин серед підлітків здійснюється за наступними напрямами:

– профілактична освіта: яка полягає у тому, щоб кожна дитина ще до першої спроби якоїсь психоактивної речовини мала об'єктивні відомості про те, що це таке, які причини і наслідки вживання цих речовин. Сутність профілактичної освіти полягає у тому, щоб отримані знання стали реально діючими мотивами поведінки (складність цієї основної задачі зумовила створення спеціальних методик та програм, застосування яких забезпечує формування у старшокласників готовності зробити правильний вибір);

– корекційна робота із підлітками «групи ризику»: оскільки успішність процесу переходу знань у переконання залежить не тільки від якості виховання, велике значення має особистість того, кого навчають (якщо у старшокласника вже сформована орієнтація на вживання психоактивних речовин, то переконаність в істинності інформації, яка міститься в курсі профілактичної освіти, навряд чи виникне; крім того, якщо в силу своїх особистісних особливостей підлітків часто відчуває потребу в зміні свого психічного стану, інформація про негативні наслідки вживання психоактивних речовин його навряд чи утримає);

– корекційна робота з підлітками, батьки яких мають залежність від психоактивних речовин: у людини, що виросла в сім'ї, обтяженій залежністю від психоактивних речовин, відбувається патологічна трансформація особистості (сутність цього процесу полягає у тому, що наростання патологічних рис відбувається за рахунок реакцій на мікросоціальні ускладнення, причиною яких є сама людина в силу власного дисгармонійного складу);

Аналіз науково-педагогічних джерел свідчить, що профілактика залежності від психоактивних речовин серед підлітків належить до пріоритетних соціальних завдань, оскільки за даними Всесвітньої організації охорони здоров’я та Українського медичного і моніторингового центру з алкоголю та наркотиків Міністерства охорони здоров’я, учні старшого шкільного віку становлять значну частину серед споживачів.

Під психоактивними речовинами розуміють речовини, які негативний впливають на біохімічні процеси в організмі та викликають поведінкові розлади, впливають на емоційні реакції та пізнавальні функції людини. Психоактивні речовини є ланками одного ланцюга розвитку адиктивних потреб, що починається, як правило, саме в підлітковому віці.

Профілактика залежності від психоактивних речовин (дії, спрямовані на зменшення можливості виникнення захворювання або порушення, на переривання або уповільнення прогресування захворювання) охоплює широке коло напрямів діяльності, а у роботі з профілактики зобов’язані брати участь усі, хто безпосередньо відповідає за виховання і моральний розвиток підлітків: батьки, вчителі, психологи та інші спеціалісти, але куратором профілактичної діяльності є соціальний працівник.

Отже, здоров’я підростаючого покоління є найважливішим показником соціального та

національного благополуччя, який не тільки відображає реальну ситуацію, але й робить точні прогнози щодо майбутнього.

Список використаних джерел

1. Максимюк С. П. Педагогіка : навчальний посібник. Київ : Кондор, 2005. 667 с.
3. Шишова І. О. Профілактика наркоманії серед підлітків у виховному процесі загальноосвітньої школи : дис. канд. пед. наук.: 13.00.07 “Теорія і методика виховання” Херсон, 2006. 262 с.

Хлєбік С.Р.,
кандидат педагогічних наук, доцент,
доцент кафедри соціальної педагогіки і соціальної роботи
Ніжинського державного університету імені Миколи Гоголя
Україна, м. Ніжин

ВІДНОВНИЙ ПІДХІД У ПРОФІЛАКТИЦІ БУЛІНГУ В СОЦІАЛЬНІЙ РОБОТІ З ПІДЛІТКАМИ

Розбудова системи освіти в Україні відбувається у складних умовах, що сприяє ситуації загострення негативних явищ в учнівському середовищі. Зокрема, активізації проблеми булінгу. Розуміння психолого-соціальних умов, причин та наслідків агресивної та свідомої поведінки однієї дитини стосовно іншої та активне впровадження сучасних форм профілактики булінгу в шкільному середовищі є одним із переважаючих факторів, що визначає науково обґрунтовані стратегії попередження та зупинення шкільного терору в соціальній роботі з підлітками.

Булінг у шкільному середовищі здійснює вплив на деструктивний соціальний розвиток підлітка. В першу чергу, дитина не засвоює поняття моралі як суспільного явища. В результаті в процесі взаємодії між школярами не відбувається усвідомлення відповідальності один перед одним, перед колективом. Однією з причин підліткового булінгу стає можливість компенсації за невдачі у навчанні, суспільному житті, відповідна реакція на тиск та жорстоке поводження дорослих (або ж при недостатній увазі з їх боку).

Агресивна поведінка підлітків може формуватися внаслідок нерозуміння дорослими їх прагнення до суспільного визнання виявляти соціальну активність, яку дорослі не завжди підтримують. У результаті, наражаючись на психологічні бар’єри, не знаходячи взаєморозуміння в оточуючих та сім’ї, вони намагаються перебороти це через агресивну поведінку. Зважаючи на гостроту та важливість проблеми підліткового булінгу у зарубіжних дослідженнях все частіше розглядається питання її профілактики та попередження. Важливим для нашого дослідження є досвід Австрії.

У країні з метою профілактику шкільного булінгу організовано завдяки впровадження моделі «служби підтримки учнів». Ця програма достатньо розповсюджена в країні та включає навчання, яке спрямоване на розвиток здібностей учнів до вияву емпатії й конструктивного вирішення конфліктів. В обов’язки шкільної адміністрації входить надання службі ресурсів й повноважень для роботи з агресорами та жертвами цькування. Окрім того, організовується робота в учнівському середовищі через регулярну супервізію; обговорення можливості зовнішнього втручання у приватне життя людини; обговорюються питання щодо можливого погіршення психологічного і фізичного стану людини (жертви). Важливими є використання дискусій з вивчення питань про формування наміру завдати шкоду іншій людині; чому агресор

займає вище становище, ніж його жертва, дозволяє собі дії, що принижують гідність і завдають шкоди іншій людині та іншим.

Наразі, предметом дослідження зарубіжних вчених є вивчення прямих і непрямих форм булінгу, кібербулінгу, а також розробка програм втручання. Зокрема програма Д. Ольвеуса [5], яка передбачає навчання всіх співробітників школи навичкам поважних відносин і оперативного реагування на ситуації цькування, активно поширюється в Скандинавії та США.

Данські фахівці з організації «Mobbeland» акцентують на соціальну природу розгортання булінгу в школі та в рамках своїх програм працюють з класами цілком, не виділяючи ролі агресора чи жертви [3, с. 8].

Характерною ознакою профілактичної роботи в Канаді є її орієнтованість на налагодження взаємодії між школою та батьками для допомоги учням – переслідувачам та учням-жертвам [4, с. 125–140].

Типовою практикою в школах країни впровадження антибулінгових освітньо-профілактичних програм. До їх проведення залучаються цілі родини, представники різних організацій, відомі суспільні діячі, працівники поліції.

Найефективнішим інструментом боротьби з булінгом у Великобританії визнано «очну ставку» агресора з жертвою за участю медіатора.

Одним із важливих заходів профілактики насильства в освітньому середовищі є формування у здобувачів освіти умінь і навичок розвитку і підтримки здорових міжособистісних стосунків через використання відновного підходу.

Узагальнюючи думки науковців, відновний підхід передбачає системність у вирішенні конфліктних ситуацій, відновлення соціально-психологічного стану, зв'язків та відносин у житті його учасників / учасниць та їхнього соціального оточення, які були порушені в процесі конфлікту.

Відновний підхід суттєво відрізняється від дисциплінарного, який достатньо широко розповсюджений в профілактиці булінгу серед підлітків. Якщо використання дисциплінарного підходу передбачає акцент на встановленому покаранні за здійснення булінгу, то відновний концентрується на особистостях учасників конфлікту, їх. потребах і очікуваннях. Його впровадження передбачає побудову роботу на засадах довіри та залучення причетних до ситуації учасників до процесу обговорення, спільного прийняття рішення чи розв'язання конфлікту задля формування порозуміння, досягнення консенсусу та/або формування ненасильницького середовища.

Найважливішою характеристикою відновного підходу є повернення сторонам здатності самим вирішити конфлікт. Відновний підхід узагальнює спільні цінності, принципи та характерні риси різноманітних програм і процесів, які належать до відновних практик.

Широке визначення поняття «відновні практики» дає Міжнародний інститут відновних практик у Пенсильванії, США. В ньому поєднується характеристика відновних практик як сфери новітніх знань, що допомагають людям відновлювати й будувати громадина шляху свого розвитку у світі, який має стійку тенденцію до роз'єднання. Ці знання спрямовані на пошук і прийняття відповідного рішення на умовах поваги, розуміння, турботи й відповідальності. Загальною характеристикою відновних практик є їх орієнтація на сприяння відновленню чи побудові стосунків у суспільстві. Їх застосування передбачає серйозне планування, підготовку, структурованість і комплексність.

Використання відновного підходу в соціальній роботі з підлітками спрямовано на створення умов для вирішення конфліктів між його учасниками без застосування маніпуляцій або сили; відновлення позитивного емоційного та психологічного стану; усвідомлення відповідальності за відповідну конфліктну ситуацію; самостійне виправлення негативних наслідків свого вчинку тощо.

Ефективним методом відновлення стосунків є медіація. Вона поєднує в собі цінності, принципи, методи вирішення конфліктів, допомагає знайти вирішення для конфліктуючих сторін. Медіація надає алгоритм поведінки на майбутнє у разі повторення конфліктної ситуації. Пошук взаємовигідного рішення для конфліктуючих сторін сприяє формуванню особливих інтегративних якостей особистості, які дозволять підлітку виявляти толерантність, повагу, підтримку, порядність, створювати мирні стратегії поведінки в суспільстві.

На принципах відновного підходу базується Шкільна служба порозуміння (ШСП) – це шкільна структура професійного вирішення конфліктів. Її головним завданням є навчання конструктивним моделям комунікації. Для реалізації поставлених завдань обираються 8-10 підготовлених старшокласників, які за принципом "рівний – рівному" проводять процедури вирішення конфліктів між однолітками (медіації, кола примирення та інші).

Ознакою сучасного етапу розвитку ШСП є застосування в їх роботі проєктних технологій. Це означає, що ефективність роботи служби порозуміння залежить від здатності її організаторів впроваджувати у свою роботу сучасні технології, а саме – розглядати свої дії як соціальний проєкт.

Історія розробки методології соціального проєктування має багатий практичний досвід. Вона за своєю природою є соціальною і застосовується в діяльності закладів освіти Великобританії, Нідерландів, Німеччини, США, Швеції та ін. Соціальний зміст названої методології, в загальному вигляді, визначає її спрямованість на розв'язання суспільних проблем: профілактики наркоманії серед неповнолітніх, профілактики ранньої вагітності, профілактики міжетнічних конфліктів, пропаганди здорового способу життя.

Інноваційний зміст оновленої ШСП характеризує використання в її організації базових елементів соціального проєкту. А самовизначення місії, мети, завдань, цільова група (аудиторія), умов, в яких вона буде функціонувати, наявні ресурси (можливості), терміни й етапи виконання проєкту, оцінювання проміжних та передбачення кінцевого результату, визначення показників ефективності виконання. Важливим елементом організації та визначення іноваційності розробленої моделі ШСП є система й показники моніторингу. Саме вони визначають його цілісність та успішність. Ці елементи складають єдину систему проєктно-технологічного процесу й обумовлюють одне одного.

Наступним етапом інноваційного розвитку роботи Служби є побудова технології реалізації проєкту, яка є засобом реалізації соціального проєкту. У технології метод виконує другорядну, підпорядковану роль. В даній роботі ми використовуємо визначення технології як сукупності методів, що застосовуються у певній логічній послідовності. Для отримання прогностичного результату можна застосовувати різні методи й методичні прийоми. Важливим тут є вибір методів, які є найбільш оптимальними з точки зору досягнення позитивного кінцевого результату.

Прикладом побудови ефективної соціальної роботи з попередження булінгу серед підлітків в навчальному середовищі може стати Програма попередження конфліктів серед учнів та учениць закладу освіти. Важливими етапами її реалізації є проведення соціологічного опитування представників цільових аудиторій, здійснення аналізу статистичної інформації й навчальної документації, організація опитування бенефіціарів. Це може бути серія інтерв'ю або кілька фокус-груп з педагогами і батьками. Додаткова інформація про учасників програми може бути отримана через здійснення спостереження за поведінкою учнів та учениць під час занять і в позаурочний час, проведення тестування тощо. Наступним етапом визначити підготовки роботи з програмою є «групи ризику» серед учнів та учениць, обрання адекватних методів і методик корекційної роботи. На основі отриманої інформації починається робота із конструювання технології профілактики й розв'язання конфліктів, спираючись на методологію «рівний – рівному». У такому випадку стають зрозумілими й обґрунтованими ті чи інші дії соціального педагога, стає очевидно, що неможливо за рік повністю здолати таке

явище, як конфлікти в підлітковому середовищі освітнього закладу. Проте, цілком реалістичною стає мета проєкту – зменшення конфліктності, скажімо, на 8-10 відсотків.

Впровадження в роботу Служби соціального проєкту дозволяє визначити рівень результативності та ефективність зусиль як кожного окремого члена команди, здійснити аналіз усієї діяльності в закладі освіти щодо профілактики конфліктів серед учнівської молоді, визначити їх відповідність очікуваним результатам, які заявлялись на початку виконання проєкту.

За наявності чітко визначеної системи критеріїв результативність виконання проєкту можна виразити у кількісному вигляді (наприклад, у відсотках). Ефективність проєкту визначається через відповідність застосованих у ході його реалізації методів, методик і витрат ресурсів.

Відновний підхід – це системний підхід до вирішення конфліктних ситуацій. Його використання передбачає відновлення порушених конфліктом соціально-психологічного стану, зв‘язків та відносин у житті його учасників та їхнього соціального оточення; виправлення спричиненої конфліктом шкоди.

Створення в закладі освіти Служби порозуміння на засадах відновлюваної медіації має широкі можливості, щоб допомогти дітям краще зрозуміти одне одного, вдосконалити навички самостійного вирішення конфліктів, зрештою, дає досвід аналізу власних дій, щоб знати, які з них потенційно орієнтовані на розгортання конфлікту. Така організація роботи дозволить навчити дітей потрапивши у конфліктну ситуацію, не ускладнювати її, а спробувати вирішити питання без застосування насильства, без зайвої агресії, а лише з повагою до себе та інших.

Створення відновлювальної культури – це спільний шлях усього колективу: спочатку кожен починає з себе, пізніше – всі разом опановують новий погляд на відносини й формують навички їх побудови.

Питання формування і розвитку відновлювальної культури як особистісної інтегральної характеристики дитини підліткового віку є, на нашу думку, важливим і перспективним напрямком подальших наукових розробок і напрацювань з питань попередження і профілактики булінгу серед підлітків.

Список використаних джерел

1. Андрєєнкова В. Л., Левченко К. Б., Матвійчук М. М. Освітній електронний курс “Вирішую конфлікти та будую мир навколо себе”. Київ, 2019. URL: http: //course. la-strada. org.ua/story_html5. html.

2. Горова А. О., Коваль Р. Г., Сосновенко Н. В. Відновні практики в школах : навч.-метод. посіб. / за наук. ред. В. Г. Панка. Київ : Видавець Захаренко В.О., 2017. 120 с.

3. Костюк О. Досвід Канади щодо антибулінгової роботи в середній школі. *Порівняльно-педагогічні студії*. 2015. № 4. 8 с.

4. Психологічна проблема булінгу в шкільному середовищі. Департамент освіти та науки Івано-Франківської міської ради. Івано-Франківськ, 2014.

5. Профілактика насильства працює! Безпечніші школи, безпечніші спільноти. Дім програми Ольвеус із запобігання булінгу. URL: http://www.violenceprevention* works .org/public/index.page.

СЕКЦІЯ 2
ФІЛОСОФСЬКІ ДИСКУРСИ СОЦІАЛЬНОЇ РОБОТИ

Здрілько Б.Г.,
студентка спеціальності «Соціальна робота»
Національного авіаційного університету;
Прожога І.В.,
кандидат економічних наук,
доцент кафедри соціальних технологій
Національного авіаційного університету
Україна, м. Київ

ВАЖЛИВІСТЬ СОЦІАЛЬНОЇ РОБОТИ ПІД ЧАС ВІЙНИ

Повномасштабне вторгнення росії в Україну стало викликом як для всіх громадян нашої держави так і для соціальної сфери. Життю кожного громадянина завдана фізична, психологічна, матеріальна шкоди. З кожним днем зростає кількість людей, які потребують допомоги соціальних працівників. Отже, соціальна робота з різними категоріями населення стає все більш актуальною сьогодні.

Відповідно до ЗУ «Про соціальні послуги» соціальний *працівник* – це професійно підготовлений спеціаліст необхідного рівня кваліфікації в відповідній сфері з надання соціальних послуг. Соціальна *робота* – фахова діяльність відповідного спеціаліста.

У зв'язку з соціальними змінами в країні, починаючи з 2014 року, місце соціальної професійної роботи в громадах та в країні загалом стало більш вагомим. Внаслідок повномасштабної збройної агресії рф в Україні введено режим воєнного стану.

Згідно ЗУ «Про соціальний та правовий захист військовослужбовців та членів їх сімей», який чітко регламентує порядок надання допомоги спеціалістами соціальної сфери фіксуються гарантії соціального захисту, забезпечення з боку держави механізму соціально-психологічної допомоги захисникам, встановлюється право на соціальну адаптацію, зазначається, що центральний орган виконавчої влади, що реалізує державну політику в сфері соціальної політики розробляють пропозиції щодо грошового забезпечення військовослужбовців [1].

Праця Г. Слозанської дає більш широке уявлення, про те, як має працювати наш спеціаліст на рівні тереторіальних громад: надання фахової допомоги, послуг клієнту за місцем його проживання. Соціальна робота на рівні громади покликана задовольняти вирішення проблем як окремих осіб, так і самої громади через високий рівень співпраці із зовнішніми інституціями та іншими громадами [2].

Маємо усвідомити, що люди, які отримують соціальну допомогу через будь-які причини, є у дуже вразливому становищі та психічно не стійкі. В перші тижні війни, влада сфокусувалась на евакуації самих вразливих категорій населення, в тому числі діток з найнебезпечніших територій нашої країни. Одним з перших таких заходів евакуації було вивезення 25 лютого дітей із центру соціально-психологічної допомоги, розташованого на околицях Києва. 26 лютого з найнебезпечніших місцевостей Донецьку з центру дитячого оздоровлення було евакуйовано 166 дітей з числа вразливих категорій.

Заклади, які надають соціальні послуги з забезпечення проживання дорослих та заклади, які спеціалізуються на інституційному вихованню дітей та догляду за ними, зіткнулись з важкими труднощами. Країна-агресор постійно цілеспрямовано бомбардуючи міста, обстрілює заклади соціальної інфраструктури та соціального забезпечення. Хоч керівництво

країни- агресора всіляко відмовляється від подібних заяв, стверджуючи, що їхня армія вчиняє такі дії виключно щодо воєнної інфраструктури,- маємо, на жаль, чіткі приклади того, що це зовсім не так. Ще на початку повномасштабного вторгнення армія рф взяли в заручники пацієнтів та персонал Бородянського психоневрологічного інтернату та здійснили удар по такому ж закладу в Пущі-Водиці. Відомо також, що через навмисний обстріл будинку для людей похилого віку в Луганській області загинуло близько пів сотні його мешканців, а частину примусово вивезено на територію, що знаходиться під окупацією [3].

Взявши до уваги всі трагічні реалії сьогодення, маємо зазначити, що роль працівників в сфері соціальної допомоги є вкрай важлива. Ці спеціалісти і надалі продовжують працювати з людьми похилого віку, роздавати гуманітарну допомогу тим, хто потребує її, співпрацювати з волонтерами.

На початку війни в надавачів соціальних послуг значно додалося роботи. Деякі соціальні працівники евакуювалися, але на тих, хто залишився, в окремих ситуаціях лягло подвійне навантаження. Збільшилася кількість одиноких людей. Зросла чисельність внутрішньо переміщених. Тому, після забезпечення базових потреб постраждалих необхідно переходити до довгострокових стратегій соціальної роботи. Таким чином, розширення практики діяльності соціальних працівників в Україні потребує значних зусиль та уваги.

Список використаних джерел

1. Про соціальний і правовий захист військовослужбовців та членів їх сімей : наказ України №15, ст.190, 1992 зі змінами, внесеними згідно із Законами. Редакція від 25.08.2022, підстава – 2489-IX. URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2011-12#Text

2. Слозанська Г. Соціальна робота в територіальній громаді: теорії, моделі та методи : монографія / за наук. ред. д-ра пед. наук, проф. В. А. Поліщук. Тернопіль : ТНПУ імені В. Гнатюка, 2018. 382с. URL: http://dspace.tnpu.edu.ua/bitstream/123456789/13712/1/8slczanska_monogr.pdf

3. Соціальний захист і війна в Україні : моніторинг (24 лютого – 30 квітня 2022). URL: https://cedos.org.ua/researches/soczialnyj-zahyst-i-vijna-v-ukrayini-24-lyutogo-30-kvitnya-2022

Попович В.М.,
доктор філософських наук, професор,
професор кафедри соціальної роботи та психології
Національного університету «Запорізька політехніка»
Україна, м. Запоріжжя

МОТИВАЦІЙНІ ФАКТОРИ ПРОФЕСІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ СОЦІАЛЬНИХ ПРАЦІВНИКІВ

Сучасна система соціального захисту України істотно змінює своє обличчя, поступово звільняючись від застарілих стереотипів і формалізованих підходів, адаптуючи найкращі зразки вітчизняного і зарубіжного досвіду. Економічні та соціально-політичні зміни в українському суспільстві поставили питання практичного вирішення проблем соціального захисту населення, а тому постає питання щодо реформування системи соціальних служб і соціального обслуговування. Сьогодні, в час гуманізації і демократизації суспільних відносин актуалізується питання застосування гуманістичної парадигми в практиці соціальної роботи, яка набула назви людиноцентристського підходу, згідно з філософськими положеннями якого, соціальний працівник – це перш за все особистість, яка прагне до самореалізації і самовдосконалення. Можливість реалізувати особистісний потенціал сприяє підвищенню

ефективності діяльності як самого соціального працівника, так і соціальної служби в загалі. Саме для цього виникає необхідність виділення суб'єктивних (насамперед, мотиваційних) факторів підвищення ефективності професійної діяльності соціального працівника і практичної соціальної роботи в загалі.

Соціальна робота як практична і суспільно значима діяльність досліджувалася різними дослідниками під різним кутом зору. Так Д. Андерсоном розглядаються три моделі соціальної роботи, які охоплюють усі можливі розгармонізовані сфери громадського життя. У його інтерпретації вона передбачає і опіку, і контроль, і соціальні зміни [1]. M. Payne стверджує, що соціальна робота – це єдина сила в суспільстві, яка може здолати розгармонізованість в силу таких її властивостей як гнучкість, мобільність, соціальна активність, творчість [5].

Як зазначають українські науковці (В. Андрущенко, В. Астахова, В. Бех, М. Лукашевич, І. Звєрєва та інші), соціальна робота відноситься до тих видів діяльності, які поширюються на всі прошарки суспільства, незалежно від віку, статі, національної належності, політичних поглядів, релігійних переконань, освіти, і має на меті надання різносторонньої допомоги людям, що перебувають у скрутному становищі, зіткнулися з проблемами, які вони не можуть (або думають, що не можуть) вирішити самостійно [3; 2]. Зазвичай, соціальна робота зводиться до соціальної допомоги й захисту і може здійснюватися в межах адміністративно-посадових процедур. Але в сучасних умовах суспільного життя різко зростає роль економічних механізмів регулювання соціуму. Просто допомагати таким людям – означає робити за них те, що вони сповна могли б зробити й самі, якби мали упевненість у собі й елементарні комунікативні та організаційні навички. Тому центр соціальної роботи упевнено зміщується від простої матеріальної та правової допомоги й захисту до створення умов реадаптації, реабілітації людини в мінливому сучасному світі.

Тому соціальна робота має бути спрямована на вирішення не лише конкретних соціальних проблем різних соціальних груп, але й на допомогу вразливим соціальним групам освоювати нові моральні цінності й норми, знаходити для себе сенс життя й духовно-моральні орієнтири. У зв'язку з цим соціальна робота має бути спрямована на гармонізацію міжособистісних стосунків, стосунків між особою та соціумом і, зрештою, на гуманізацію, стабілізацію соціуму, зниження соціальної напруженості.

Спектр мотивів соціального працівника містить у собі відношення до субординації, регламентації змісту й характеру службової діяльності, до можливостей кар'єрного зростання, рівня грошової винагороди, гарантіям службової зайнятості, соціальної захищеності тощо.

Для визначення факторів мотивації соціальних працівників звернемося до структури їхніх потреб, орієнтуючись на теорію мотивації ERG К. Альдерфера [4], відповідно до якої проаналізуємо групи потреб людини, задоволення яких пов'язано з умовами праці в організації. Задоволення потреб існування (фізіологічних потреб та потреб індивідуальної безпеки) можна оцінити за допомогою таких показників як рівень грошової винагороди, соціальний пакет, гарантії зайнятості, режим роботи, обсяг роботи (рис. 1).

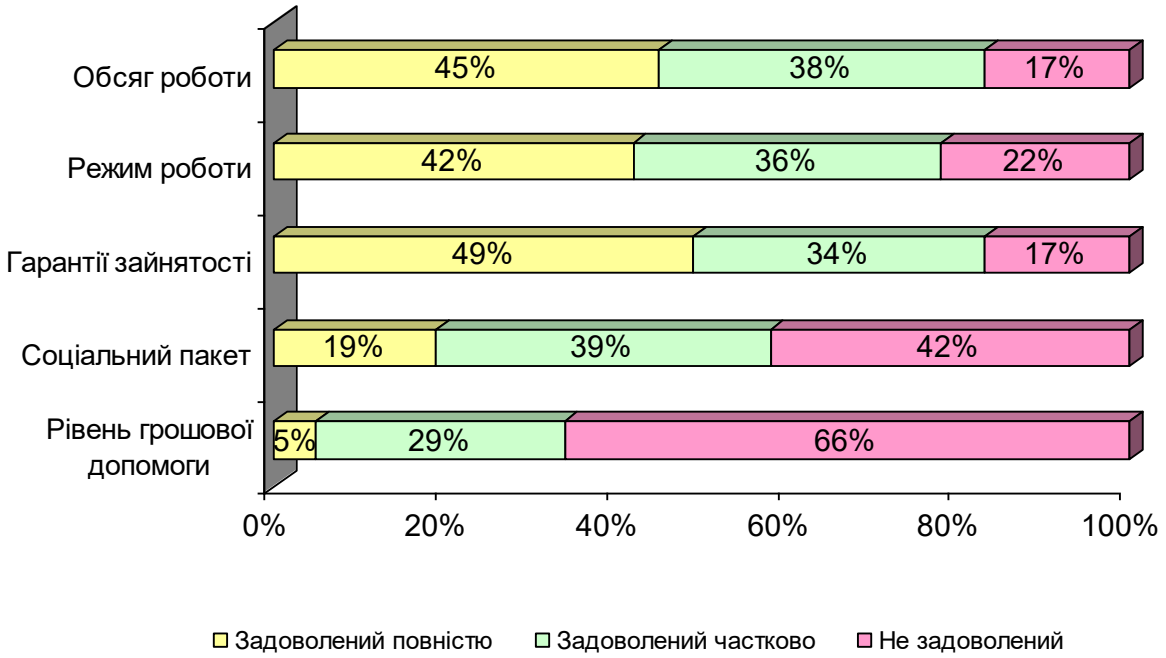


Рис. 1 – Рівень задоволеності вітальних потреб соціальних працівників

Основною проблемною зоною у задоволенні потреб існування соціальних працівників є фінансовий аспект діяльності. 66% респондентів виражають незадоволення рівнем грошової винагороди, крім того 42% не задоволені соціальним пакетом, який гарантує робота в соціальних службах.

Тільки 3% респондентів вважають, що рівень грошової винагороди відповідає вкладеним зусиллям, усі інші вважають за необхідне підвищити рівень заробітної плати. Незадоволеність рівнем оплати праці обумовлює необхідність пошуку додаткових грошових надходжень, отже для багатьох респондентів робота в соціальних службах не є основним джерелом родинного доходу. Життєдіяльність 68% опитаних забезпечують інші члени родини. 15% мають певні доходи від нерухомості. 21% мають приробіток у інших місцях.

Задоволення потреб міжособистісних стосунків та належності (соціальних потреб) можна оцінити за допомогою таких показників, як громадський статус, можливість бути корисним суспільству, контроль з боку керівництва, міжособистісні відносини у колективі, придбання досвіду, зв'язків (рис. 2).

Аналіз свідчить, що за всіма параметрами даної групи потреб, рівень задоволеності значно перевищує рівень незадоволеності. За умов складної соціально-економічної ситуації у країні, соціально-економічний клімат в установах соціальної сфери в цілому задовольняє соціальних працівників. 43% респондентів повністю задоволені міжособистісними відносинами у колективі, 31% – відносинами з керівником та контролем з його боку. Такі параметри, як можливість бути корисним суспільству та придбання нового досвіду і зв'язків, повністю задовольняють 42 % та 22 % відповідно. 51% опитаних вважають, що робота в сфері соціального захисту дає можливість мати високий громадський статус.

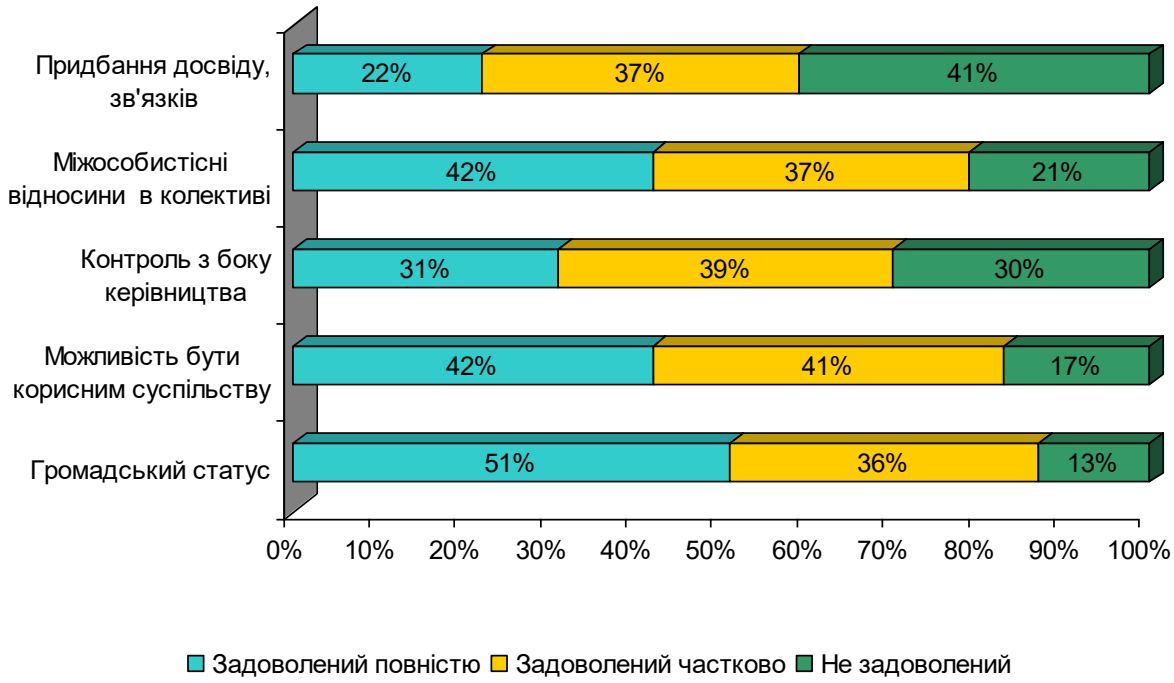


Рис. 2 – Рівень задоволеності соціальних потреб соціальних працівників

Таким чином, маючи за вагомі мотиваційні фактори можливість приносити користь суспільству, можливість самовдосконалення та соціально-психологічний клімат у колективі, соціальні працівники незадоволені рівнем грошових виплат та соціальним пакетом. Їх також турбує громадський статус і можливості щодо підвищення рівня знань та кар'єрного зростання. Лише 36% опитаних впевнені у правильності свого вибору роботи в соціальній сфері. За умов ототожнення поняття «соціальний працівник» з таким поняттям, як «представник держави», соціальні працівники залишаються найманими робітниками, які доволі часто йдуть у державні структури для того, щоб придбати корисні зв'язки та соціальний статус, які зазнають труднощів з можливістю реалізації свого потенціалу та змушені шукати додаткові джерела надходжень, а іноді й можливості перейти на роботу до приватного сектору.

Список використаних джерел

1. Андерсон Д. Що таке соціальна робота? Соціальна робота в Україні: теорія та практика. Київ : Аспект-Поліграф, 2007. Вип. 1(11). С. 21–28.

2. Андрущенко В. П. Соціальна робота : хрестоматія. Київ : ДЦССМ, 2001. 396 с.

3. Бех В. П. Соціальна робота у вимірі саморозгортання громадянського суспільства. *Соціальна робота в Україні: теорія і практика. Науково-методичний журнал.* Київ, 2004. Вип. 1. С. 5–20.

4. Alderfer C.P. An empirical test of a new theory of human needs. *Organizational Behaveor and Human Performance.* 1969. № 4. P. 142–175.

5. Payne M. Modern social work theory. L. : Palgrave Macmillan, 2005. 384 p.

Таран В.О.,
доктор філософських наук, професор,
професор кафедри соціальної роботи та психології
Національного університету «Запорізька політехніка»
Україна, м. Запоріжжя

РАШИЗМ ЯК ЯВИЩЕ ТА ЙОГО СУТНІСНІ ОЗНАКИ

Виходячи із вимог щодо професійної підготовки соціальних працівників, великого значення набуває проблема формування їх світоглядних уявлень, де особливе місце посідає патріотичне виховання. Воно набуває сьогодні надзвичайної актуальності в умовах війни, що розв`язала РФ проти України у 2014, і яка у 2022 році набула надзвичайної масштабності і жорстокості. У зв'язку з цим дуже важливо мати уявлення про причини і наслідки цього лиха, що зачіпає питання сутності російської влади, яку по праву називають фашистською. Взагалі йдеться навіть не просто про фашизм, але про його найбільш ради кальну форму, що отримала назву рашизм. Становлення рашизму припадає на другий період правління В. Путіна (Я.Грицак). Саме з цього періоду поняття рашизм стає визнаним широким колом вітчизняних і зарубіжних науковців для позначення особливостей путінського режиму.

Складність даного феномена породила ряд різних дефініцій, кожна з яких акцентує увагу на найбільш характерних, на думку авторів, його рисах. С. Морфінов під рашизмом розуміє дивну постмодерністську суміш, куди увійшли шовіністський «великоросійський» світогляд давно померлої Російської імперії, ностальгія за Радянським Союзом, реваншистські настрої пострадянських силовиків, псевдоісторичні екскурси Путіна, а також православ'я з одночасним вшануванням Миколи II і Сталіна, і на додачу – цитати з фільму «Брат-2», нанесені на шеврони російських військових (С. Морфінов) [3]. Тобто, йдеться про доведену до крайності багатовікову традицію російської імперськості, освяченою РПЦ.

О. Беккер розглядає рашизм як різновид політичного режиму, а також радикальну авторитарну політичну ідеологію, характерними ознаками якої є сильний культ особи, мілітаризм, тоталітаризм, призначений для об'єднання земель через проведення гібридних війн або повної руйнації. Це ідея «руського миру», що полягає у знищенні інших цивілізацій з високорозвинутою культурою, яка ґрунтується на тваринності стосовно інших [1]. Тут очевидним є наголос на мілітарній, руйнівній його сутності, яка максимально повно проявляється в умовах радикального авторитаризму.

За визначенням Вікіпедії, раши́зм (від «Росія» (англ. Russia, «Раша») + «фашизм»), або російський фашизм, – термін, який використовується науковцями, політиками і публіцистами для позначення політичної ідеології та соціальної практики владного режиму Росії кінця XX – початку XXI століття, що базується на ідеях «особливої цивілізаційної місії» росіян, «старшості братнього народу», нетерпимості до елементів культури інших народів; на тоталітаризмі й імперіалізмі радянського типу, використанні російського православ'я як моральної доктрини, на геополітичних інструментах впливу, насамперед енергоносіях для європейських країн, військовій силі, стосовно країн, що входять до сфери впливу Російської Федерації [5].

Досить розповсюдженою є думка, що рашизм є різновидом нацизму, фашизму і синонімом терміна «російський нацизм». При цьому слід враховувати наявність деяких розбіжностей між ними в певних аспектах. Це стосується, зокрема понять «нацизм» і «фашизм», якщо порівнювати їх в ідеологічному плані. У даному контексті нацизм розглядається як одна із форм ультраправої політики, а фашизм – для позначення широкого спектра ультраправих політичних рухів, що існували в різних країнах, спираючись на такий

«мінімум» ознак, як антимарксизм, антилібералізм, антиконсерватизм, фюрер-принцип, мілітаризація суспільства (плюс наявність особливої партійної армії), тоталітаризм як мета (Е. Нольте). Однак, разом з тим між ними існує багато спільного, що надзвичайно наближує ці два поняття. Тому не випадково сучасний російський публіцист і філософ Г. Обухов називає 5 найсуттєвіших ознак, які притаманні і нацизму, і фашизму. А ще, за його глибоким переконанням, вони є ознаками путінського расистського режиму: великодержавний шовінізм; злиття всіх гілок влади – виконавчої, законодавчої та судової з силовими структурами, ЗМІ та бізнес-елітою; агресія по відношенню до сусідніх держав та захоплення суміжних територій; переслідування опозиції та політичні вбивства; звеличення фюрера [4].

Взагалі ж, коли говорять про сутнісну спорідненість рашизму, фашизму і нацизму, то мають на увазі, перш за все, спільні для них тоталітарні методи організації внутрішнього державного життя та агресивну експансію проти інших народів. Однак, разом з тим, вони мають і відмінні риси. Головна різниця між ними, на думку О. Сича, лежить, знову ж таки, в ідеологічній площині. Кожна ідеологія, як система ідей, несе в собі світоглядне ядро, що сприяє наданню цим ідеям певної цілісності. Таким ядром для ідеологічної системи нацизму на момент зародження була ідея расової вищості німецької нації. Для ідеології фашизму із самого початку центральним елементом був етатизм – виняткова роль держави у відродженні слави древнього Риму. Обидві ідеології стали продуктом націй із високо розвинутою культурою. Водночас культурно відстала Росія (Московщина) історично у переважній більшості випадків здійснювала агресивну експансію щодо країн, які в культурному розвитку стояли вище за неї. Сьогоднішня ідеологія рашизму базується на цьому історичному досвіді Московщини. А тому ядром ідеології рашизму є консервування власної культурної відсталості і руйнування культур інших народів, які стали об’єктими російської експансіоністської політики (це переважно народи, що свого часу були завойовані Московією, а після розпаду СРСР відновили незалежне існування) [6]. Однак відмінність рашизму від фашизму і нацизму не тільки в цьому. В рашизмі найбільшою мірою радикалізуються прояви і нацизму, і шовінізму, і геноциду. А їх змістовною серцевиною виступає україноφобія, що в умовах тотальної гібридності набуває не тільки відкритого несприйняття українства, але й надзвичайно витончених і підступних її форм.

Тімоті Снайдер звертає увагу на такій особливості рашизму як «парадоксальність». Суть цього явища полягає у тому, що рашизм категорично не визнає свого органічного зв’язку з фашизмом і позиціонує себе як антифашизм, називаючи «фашистами», навпаки, усіх своїх противників чи опонентів. Якщо бути точним, то таким прийомом часто користувалися і представники різних форм «класичного» фашизму. Однак рашизм – це фашизм, доведений до своєї нелогічної крайності як культ безумства. Це крайня точка спотворення реальності через розпалювання ненависті, де пропаганда є чистою вимогою. За це Снайдер у колонці для New Your Times назвав його «шизофашизмом» і наділив наступними атрибутами: культ одного лідера і культ мертвих, корпоративна держава (держава, де економічний вплив мають великі корпорації, підконтрольні владі), міфічне минуле, цензура, теорії змови, централізована пропаганда, війна та руйнування [7].

Парадоксальність рашизму корелює з рівнем брехні. Остання ретельно удосконалюється і тиражується усіма ЗМІ і пропагандистськими каналами, Вона фактично стала уособленням російської політичної системи. Звісно, що до брехні вдавалися всі злочинні режими. Відомо, яку роль надавали брехні у фашистській Німеччини, про що відверто заявляв Й. Геббельс – неперевершений майстер навмисного перекручування фактів або використання неправди вперемішу зі справжніми фактами. Разом з тим брехня для рашистського режиму набуває тотальних масштабів. Історія, політика, наука, мистецтво, релігія, статистика, сучасні події всередині країни і за її межами тощо – все піддається викривленню, навмисному перекручуванню, тенденційному трактуванню, аби тільки воно працювало на користь

міфологізованої державної ідеології Росії. Зворотною стороною цього процесу є остаточне нівелювання будь-яких проявів свободи слова, думки, творчості. Найяскравішим прикладом такої тотальної брехні можна вважати текст Виступу В. Путіна 30 вересня 2022 р. перед церемонією підписання документів про «приєднання» до Росії тимчасово окупованих територій України (Донецької, Луганської, Запорізької і Херсонської областей). Виходячи зі слів Російського Президента, Росія наділяється рисами політичної жертви, яка змушена захищатися у свій спосіб від агресивного Заходу й України – недодержави й недонації, а захоплення українських територій – це звільнення їх населення від українського нацизму на прохання самого ж населення [2]. Показово, що виступ був з ентузіазмом сприйнятий практично усім російським істеблішментом і схвально прокоментований ведучими провідних ЗМІ. Очевидно, що в цій промові практично кожна теза є настільки відверто брехливою, що складається враження, начебто все російське суспільство, починаючи від Президента, російського істеблішменту і закінчуючи переважною більшістю звичайних громадян, перебуває в неадекватному психологічному стані, який став результатом цілеспрямованої багаторічної дії рашистської пропаганди.

На думку американського історика Енн Епплбаум, термін «фашизм» є неточним для того, щоб описати нинішній (путінський) режим і його методи в Росії. Тут доречнішим є саме поняття «рашизм», бо цей термін є конкретнішим і кориснішим для характеристики особливої російської версії ідеології винищення. За її словами, «рашизм» є формою колоніалізму або ж «гіперімперіалізму» сучасної Росії. Остання сприймає себе настільки вищою від сусідів, принаймні якщо говорити про її еліту, що вважає, ніби має право стерти їх з карти світу, знищувати їх за власним бажанням, вбивати їхнє мирне населення – а не лише солдатів. Ідеологія, яка дає їм виправдання для таких дій, – різновид імперіалізму. Тож, хоч би яке слово ми обрали, щоб описати цю ідеологію, маємо справу з імперською ідеологією, спрямованою на геноцид і винищення, – уточнює Епплбаум [3].

Дехто з дослідників вважає, що рашизм має чітко визначений культурний контекст. Він є уособлення відсталої культури і закостенілого консервативного світогляду. Орієнтуючись на збереження особливої традиційної російської культури, категорично не сприймає лібералізм, виступає проти постмодерних цінностей з їх акцентом на захисті прав етнічних, сексуальних та інших меншин, увазі до різних форм репресій, які раніше ігнорували (ідеї фемінізму, відстоювання свободи слова та релігії). На цей аспект звернув увагу американсько-російський літературознавець і критик Марк Липовецький, називаючи навіть рашизм «культурним феноменом». Як результат, несприйняття рашизмом подібних цінностей знаходить прояв у расизмі, гомофобії, антифемінізмі й сексизмі, схильність до яких він декларує в «ідеології порядку» і демонструє в агресивних діях, пов’язаних зі спробами реалізації власних неоімперських прагнень [3]. До цього можна лише додати, що масштабність соціальних наслідків подібного культурного контексту рашизму, на нашу думку, дозволяє розглядати його у ще більш широкому контексті, а саме – в соціокультурному.

Список використаних джерел

1. Беккер О. Рашизм як прояв тваринності проти людства і людяності. URL: https://armyinform.com.ua/2022/03/09/rashyzm-yak-proyav-tvarynnosti-proty-lyudstva-i-lyudyanosti/

2. Маніакальна промова тирана: путін оголосив про анексію територій України. URL: https://konkurent.ua/publication/104564/maniakalna-promova-tirana-putin-ogolosiv-pro-aneksiu-teritoriy-ukraini-video/

3. Морфінов С. «Рашизм»: історія «російського фашизму» від теорії Дугіна до ідеології «Брата-2» для BBC News Україна, 1.10.2022. URL. : https://www.bbc.com/ukrainian/features-63072100

4. Обухов Г. Російський філософ назвав 5 доведених ознак нацизму в Росії. URL: https://defence-ua.com/minds_and_ideas/rosijskij_filosof_nazvav_5_dovedenih_oznak_natsizmu_v_rosiji-6684.html

5. Рашизм. Вікіпедія. URL: https://uk.wikipedia.org/wiki/%D0%A0%D0%B0%D1%88%D0%B8%D0%B7%D0%BC

6. Скоростецький В. Нацизм, фашизм і… рашизм: у чому відмінності і тотожності? URL: https://armyinform.com.ua/2022/03/08/naczyzm-fashyzm-i-rashyzm-u-chomu-vidminnosti-i-totozhnosti/

7. Снайдер Т. Ідеологія путінської Росії – шизофашизм. Світ має визнати це. Аргумент, 21.05.2022. URL: https://argumentua.com

СЕКЦІЯ 3
ЗАРУБІЖНА СОЦІАЛЬНА РОБОТА: ПРОБЛЕМИ, ДОСВІД, ПЕРСПЕКТИВИ

Берник А.О.,
магістрантка спеціальності «Соціальна робота»
Національного університету «Запорізька політехніка»;
Щербина С.С.,
кандидат соціологічних наук, доцент,
доцент кафедри соціальної роботи та психології
Національного університету «Запорізька політехніка»
Україна, м. Запоріжжя

МЕНТАЛЬНІ ОСОБЛИВОСТІ ФОРМУВАННЯ ЄВРОПЕЙСЬКИХ ЦІННОСТЕЙ СТУДЕНТСЬКОЇ МОЛОДІ

Проблема формування та відстоювання системи цінностей в європейському суспільстві завжди була актуальною та достатньо гострою. На ряду з відомими європейськими мислителями, чиї ідеї наклали певний відбиток на духовне життя Європи XX століття, можна назвати М. Шелера, З. Мусяла та багато інших. Надані нами імена мислителів поєднує знаменита єдність ідей: цих філософів поєднував інтерес до загальнолюдських цінностей, важливих проблем філософської антропології, соціальної філософії, аксіології, соціології та політології.

Самоповага та почуття гідності є одними з ключових ознак європейської особистості, які розвиваються та культивуються у людини, насамперед, в процесі виховання і навчання у загальних та вищих закладах освіти. Теоретичні підходи та концептуальні ідеї дослідження проблеми розвитку почуття власної гідності та самоповаги особистості визначено на основі положень гуманістичної психології, соціології освіти та педагогіки Г.О. Балла, Г.С. Батищева, С.У. Гончаренка; дослідження структури і генезису «Я-концепції» Р. Бернса, Л.С. Виготського, В.В. Століна, І.С. Кона, Е. Еріксона; принципів особистісної самореалізації особистості Н.Г. Ничкало, Є.О. Клімова та інших.

Ми поділяємо точку зору М.С. Пряжнікова про те, що головну увагу треба приділяти феномену людської особистості, що перебуває у центрі всього, що відбувається в суспільстві. Соціально-економічні відносини не можуть не оцінюватися крізь призму життєдіяльності особистості, її потреб, інтересів та ціннісних орієнтацій. Найвищу цінність у демократичному суспільстві мають такі якості людини, як почуття власної гідності та самоповага, особиста відповідальність за свою долю, самостійний вибір життєвого шляху, бажання самоствердитися [1].

Е.О. Помиткін вважає, що здійснення пошуку оптимальних шляхів особистісно-ціннісного розвитку студентської молоді, розкриття механізмів їхньої життєвої компетенції, вироблення позитивного ставлення до світу і самого себе є нагальною проблемою усіх навчальних закладів освіти. Вчений зазначає, що допомагаючи молоді готуватися до майбутньої професійної діяльності, слід надавати увагу не лише функціональній придатності особистості до тієї чи іншої справи, необхідно прищеплювати культуру поведінки, сприяти духовному зростанню особистості, формувати почуття поваги до власної індивідуальності [2].

Дослідження представників західної гуманістичної наукової школи Р. Бернса, Д. Джемса, Ч. Кулі, К. Роджерса та інших ґрунтуються на ідеї цілісності та унікальності людської особистості, її високої самоцінності.

Отже, почуття власної гідності та самоповагу ми розглядаємо, як відношення особистості до реальних успіхів у співвіднесенні зі своїми домаганнями. Почуття самоповаги може розвиватися на:

фізичному рівні – на відчутті особистістю власної унікальної тілесної організації;

соціальному рівні – на усвідомленій належності себе до певної групи, сімейного роду, народу тощо;

духовному рівні – де відбувається процес узагальнення усвідомленого вибору власного стилю життя, індивідуальних якостей, цінностей та здібностей.

На думку сучасних американських та європейських вчених М. Дойча, В. Каппоні, Т. Новак, А. Солтера, Е. Шострома та інших самоповага молодої людини акумулює такі характеристики, як почуття власної гідності й упевненості, уміння захищати власні права, високий рівень домагань і мотивацію досягнень, що детермінуються рівнем асертивності [3].

Ідея асертивності як практична методологічна теорія міжособистісної взаємодії була запропонована й розроблена американським вченим А. Солтером. Асертивність (від лат. assero – претендувати; від англ. дієслова assert – наполягати, відстоювати) досліджувалась автором як певний спосіб поведінки особистості, що супроводжується почуттям поваги до власної індивідуальності та емоційно-ціннісним ставленням до інших людей. А. Солтер вважає, що особистість із розвинутим почуттям самоповаги в будь-якій ситуації спроможна діяти асертивно, тобто відкрито, упевнено й рішуче. Асертивні дії особистості розкриваються в такій поведінці, як: знання власних прав та обов'язків; адекватне оцінювання себе й оточуючих; усвідомлення особистих потреб та інтересів; розуміння власних цілей, намірів і шляхів подальших дій, при цьому здатність відкрито без страху й напруги про це заявляти; поважне ставлення до прав та інтересів інших людей; здатність досягати поставлених цілей, не маніпулюючи іншими; уміння переконувати, завойовувати прихильність, звертатися за порадою чи допомогою до людей; спроможність укладати компромісні рішення; встановлювати ділові контакти та партнерські відносини [1].

У працях чеських психологів В. Каппоні та Т. Новак асертивність розглядається як гармонійне поєднання особистісних якостей людини, що відображаються у формі конкретних світоглядних позицій та позитивні спрямованості, проявляються у знаннях про людську сутність, у вміннях і навичках ефективної взаємодії. Асертивність – це спосіб організації своєї поведінки, уміння формулювати особистісні потреби й бажання, прагнення до честолюбства у досягненні намічених цілей, шанобливе ставлення до людей, а головне – повага і любов до себе. На думку американського дослідника М. Дойча, особистість, яка поважає і цінує себе, вирізняється високим рівнем асертивної поведінки. Він сформулював «троїстий принцип», який полягає в тому, що у будь-якій ситуації асертивна особистість діє рішуче, чесно і дружелюбно. М. Дойч зазначає, що рішучість особистості не дозволить опонентові маніпулювати нею, або залякувати її, чесність не дозволить бути втягнутому в аморальну ситуацію, навіть коли її будуть провокувати на це, дружелюбність дасть зрозуміти опонентам, що така особистість поважає і цінує не тільки власну думку і тому готова до конструктивної взаємодії [3].

Отже, студентська молодь, яка усвідомлює й позитивно оцінює свої здібності й можливості, зрештою проявлятиме до себе шанобливе ставлення і самоповагу, адже асертивність є передумовою формування почуття власної гідності та самоповаги. Саме такі емоційно-ціннісні якості детермінують гармонійний розвиток особистості молодої людини, виступають гарантом її життєздатності та готовності до професійної самореалізації. Почуття асертивності трансформується у впевненість у своїх силах, можливостях і знаннях, в успіхи та досягнення у майбутній професійній діяльності, що є важливою психологічною умовою формування самоповаги та почуття власної гідності студентської молоді. Оскільки особистість, яка виявляє власну гідність і самоповагу, є носієм власне європейського способу

життєдіяльності, то вона спроможна протистояти агресивному впливу соціальних реалій, здатна до творчості і перетворень, є самодостатнім і активним творцем власної життєвої стратегії.

Список використаних джерел

1. Балл Г. А. Психологическое содержание личностной свободы: сущность и составляющие. Київ : Основа, 2006. 280 с.
2. Жайворонок В. В. Знаки української етнокультури: словник-довідник. Київ : Довіра, 2006. 703 с.
3. Помиткін Е. О. Психологія духовного розвитку особистості: монографія. Київ : Наш час, 2006. 280 с.
4. Приходько А. М. Концепти і концептосистеми в когнітивно-дискурсивній парадигмі лінгвістики. Запоріжжя : Прем'єр, 2008. 332 с.

Мінза О.С.,
магістрантка спеціальності «Соціальна робота»
Національного університету «Запорізька політехніка»;
Попович В.М.,
доктор філософських наук, професор,
професор кафедри соціальної роботи та психології
Національного університету «Запорізька політехніка»
Україна, м. Запоріжжя

МОДЕЛЬ РОЗВИТКУ І ФУНКЦІОНУВАННЯ ЗЕЛЕНОЇ СОЦІАЛЬНОЇ РОБОТИ В ТЕРИТОРІАЛЬНІЙ ГРОМАДІ

Трансформація теорії та сучасних технологій соціальної роботи – вирішальний чинник соціального зростання, який припускає формування нової моделі соціальної роботи. Проблеми та виклики сучасного розвитку суспільства вимагають від соціальних працівників всебічного врахування не тільки соціальних аспектів їх діяльності, але й економічних та екологічних перспектив, що відповідають концепції сталого розвитку. Однією з сучасних теорій (концепцій) соціальної роботи вважають «зелену соціальну роботу» (англ. – *green social work).* Ця теорія широко представлена у закордонній літературі, практиці та в навчальних дисциплінах (Л. Домінеллі, Д. Коатс, М. Грей, Дж. Пітерс, Л. Степлс, М.Д. Захур, М. Унгар, Е. Лукас-Дарбі, М. Закур, Ф. Крауфорд, М. Тейлор, А. Крінгс та інші). Проте в українському науковому дискурсі (Т. Семигіна, Н. Гусак, В. Чернобровкіна, В. Чернобровкін, А. Максименко, С. Богданов, О. Бойко) зелена соціальна робота широко не обговорюється науковцями належним чином. Розвиток теоретичних концепцій зеленої соціальної роботи пов'язують з ім'ям Л. Домінеллі, яка є прихильницею структуралістських підходів до розв'язання соціальних проблем і активізації пригнічених груп населення. Метою зеленої соціальної роботи британська дослідниця вважає «роботу над реформуванням суспільно-політичного життя й економічних сил, які негативно впливають на якість життя бідних і маргіналізованих верств населення, сприяння безпечним політичним змінам та соціальним перетворенням, необхідним для посилення добробуту людей і планети сьогодні та в майбутньому» [2, с. 25].

Сутнісний доробок у посилення теоретичного обґрунтування екологічної спрямованості сучасної професійної соціальної роботи зробив Дж. Пітерс (Бельгія). У своїх працях [3] він обстоює потребу у розвитку екосоціального підходу. На його думку, екосоціальна робота має

три складові: активізація (наснаження, імпауермент), при чому йдеться переважно не про індивідуальний, а про колективний вимір, тобто про наснаження громад; соціальний капітал, знову ж таки як ресурс громади; життєстійкість (резилієнс) як здатність груп і громад протистояти викликам.

Т. Семигіна узагальнюючи наукові доробки зарубіжних авторів, зазначає, що концепція зеленої соціальної роботи спирається на структурний підхід до розв'язання проблем соціальної нерівності та бідності, наголошує на потребі такої діяльності соціальних працівників, яка була б орієнтована на забезпечення гідних умов навколишнього середовища та екологічної справедливості, належного і рівного доступу до природних ресурсів, веде мову про зміну соціального контексту та збереження довкілля, обґрунтовує специфічну практику втручань соціальних працівників в умовах екологічних та техногенних катастроф [1, с. 21].

Методологічними передумовами виникнення концепції зеленої соціальної роботи є: 1) формування екологізму (інвайронменталізму) як напряму соціологічного дискурсу та політичного мислення – загальнотеоретичної та світоглядної орієнтації людства, що має призвести до формування нових моральних якостей людей, а також цінностей та потреб, що перебувають у гармонії з природою; 2) соціальний активізм на рівні громад, привнесення питань екології у політичний порядок денний; 3) артикуляція суспільних запитів на екологічну справедливість, інституціоналізація якої мала важливий вплив на соціальне конструювання динамічної взаємодії між суспільством та природнім середовищем; 4) екоцентричність політики, «зелена політична перспектива» і посилення вимог щодо екологічної відповідальності, що сприяли впровадженню у практику концепцій «зелених технологій» та «зеленої роботи»; 5) поява парадигми сталого розвитку, в основі якої лежить збалансування економічної, соціальної і екологічної складової та відповідальність суспільства не лише в своїх межах, але й перед наступними поколіннями.

Рис. 1. Модель розвитку і функціонування зеленої соціальної роботи в територіальній громаді

Теоретичний аналіз методологічних передумов виникнення і розвитку зеленої соціальної роботи, а також результати експертного опитування серед керівників і працівників соціальних служб і закладів соціального обслуговування м. Запоріжжя (n=96, травень-липень 2022 р.). щодо можливостей розвитку зеленої соціальної роботи в територіальній громаді дозволили розробити орієнтовну модель розвитку і функціонування зеленої соціальної роботи в територіальній громаді (рис.1), яка включає наступні структурно-функціональні складові: по-перше, механізми розвитку і функціонування зеленої соціальної роботи: 1) механізми науково методологічного забезпечення спрямовані на розробку і впровадження теоретичної концепції зеленої соціальної роботи, адаптивної до української системи соціальної роботи; системи методів зеленої соціальної роботи; критеріїв і стандартів реалізації завдань зеленої соціальної роботи; академізацію зеленої соціальної роботи через створення відповідного напряму професійної підготовки соціальних працівників; на професіоналізацію національної системи соціальної роботи через співпрацю і взаємодію із міжнародними організаціями, університетами і практиками в сфері зеленої соціальної роботи; 2) соціально-організаційні механізми (соціальне партнерство, проєктний менеджмент), що пов'язані із налагодженням ефективної взаємодії органів державної влади, органів місцевого самоврядування, інституцій громадянського суспільства, структур соціально-відповідального бізнесу, членів територіальної громади в управлінні сферою соціальної роботи в контексті сталого (збалансованого) розвитку; 3) інформаційно-комунікаційні механізми розвитку зеленої соціальної роботи в територіальній громаді, що передбачають скоординовану інформаційно-комунікаційну взаємодію органів державної влади і місцевого самоврядування, ефективну взаємодію місцевої влади і ЗМІ, соціальну рекламу і застосування ПР-технологій, поширення і розвиток електронного урядування; 4) інституційно-політичні механізми, які спрямовані на посилення ролі соціальної роботи в політичній сфері і сфері державного екологічного управління; по-друге, стратегії зеленої соціальної роботи (випереджувальна і реагувальна); по-третє, напрямки зеленої соціальної роботи в територіальній громаді: соціальна робота в умовах надзвичайних ситуацій, екологічних катастроф, війн; соціальна робота щодо соціально-економічного та екологічного розвитку громад; політична соціальна робота.

Список використаних джерел

1. Семигіна Т. Чому соціальна робота набуває зеленого кольору? *Вісник Академії праці соціальних відносин і туризму*. 2018. № 2. С. 11–27.

2. Dominelli L. Green social work: From environmental crises to environmental justice. Cambridge: Polity Press, 2012. 207 p.

3. Peeters J. Social Work and Sustainable Development: Towards Social-Ecological Practice Model. *Journal of Social Intervention: Theory and Practice*. 2012. Vol. 21(3). Pp. 5–26.

СЕКЦІЯ 4
АКТУАЛЬНІ ПИТАННЯ СОЦІАЛЬНОЇ ПОЛІТИКИ В УКРАЇНІ ТА ЗА КОРДОНОМ

Аль-Мджаркеш Н.І.,
магістрант спеціальності «Соціальне забезпечення»
Національного університету «Запорізька політехніка»;
Попович В.М.,
доктор філософських наук, професор,
професор кафедри соціальної роботи та психології
Національного університету «Запорізька політехніка»
Україна, м. Запоріжжя

ПОТЕНЦІЙНІ МОЖЛИВОСТІ ПУБЛІЧНОГО УПРАВЛІННЯ НА РІЗНИХ РІВНЯХ ФУНКЦІОНУВАННЯ СИСТЕМИ СОЦІАЛЬНОЇ РОБОТИ В УКРАЇНІ В УМОВАХ ВОЄННОГО СТАНУ

В сучасних умовах все більш актуальною є ідея впровадження в соціальну роботу такого виду управління як публічне управління. Виникає нагальна потреба розвитку публічного управління в системі соціальної роботи для надання допомоги різноманітним категоріям клієнтів, а в умовах військової агресії з боку росії набуває актуальності розроблення моделі публічного управління в сфері соціальної роботи і надання соціальних послуг найбільш вразливим категоріям клієнтів в умовах воєнного стану – учасникам бойових дій (УБД), внутрішньо переміщеним особам (ВПО), сім'ям з дітьми, що опинилися в складних життєвих обставинах (СЖО) на окупованих і прифронтових територіях. Власне сутність соціальних послуг полягає в тому, що вони надаються людям, які опинились у біді та не можуть самостійно з цим впоратись, що і визначає надважливість організації їх надання в умовах воєнного стану, що в свою чергу вимагає створення адаптивної і гнучкої системи управління соціальної роботи. Саме тому Президентом України 26 квітня 2022 року було підписано прийнятий Верховною Радою України 14 квітня 2022 року Закон України «Про внесення змін до деяких законів України щодо надання соціальних послуг у разі введення надзвичайного або воєнного стану в Україні або окремих її місцевостях» [1].

І. Петрова та О. Руда зазначає, що «публічне управління (у функціональному розумінні) – це діяльність відповідних державних та недержавних суб'єктів, яка пов'язана з практичним застосуванням норм адміністративного права, закріплених у Конституції України та законах України, а також підзаконних актах. Публічне управління можна розглядати і в організаційному сенсі як об'єднану в одну систему сукупність органів виконавчої влади; інших органів державної влади, які мають своїм призначенням реалізацію виконавчої влади; органів місцевого самоврядування, а також суб'єктів делегованих повноважень» [2, с. 134].

Отже, публічне управління – це соціально-державна взаємодія суб'єктів соціального управління (органів державного управління, органів місцевого самоврядування, представників приватного сектору та інститутів громадянського суспільства, а в сфері соціальної роботи – соціальних служб і закладів соціального обслуговування) щодо вироблення та реалізації стратегічних рішень державної соціальної політики на основі принципів відкритості і прозорості управлінських процесів і процедур відповідно нормативно-правової системи функціонування держави і суспільства на різних рівнях управління (загальнодержавному, регіональному, місцевому, рівні ОТГ) через нормативно-правові, фінансово-економічні, організаційно-управлінські і інституційні механізми.

Сутнісними ознаками публічного управління в сфері соціальної роботи є: 1) суб'єктами публічного управління виступають державні органи управління як організаційно-управлінські структури соціального захисту, органи місцевого самоврядування, інституції громадянського суспільства і структури соціально-відповідального бізнесу; 2) орієнтація публічного управління на актуальні потреби населення і вразливих категорій населення; 3) високий рівень громадського контролю в сфері публічного управління соціальним захистом, соціальним обслуговуванням і соціальною роботою.

Для визначення потенційних можливостей публічного управління в системі соціальної роботи умовах воєнного стану в Україні було проведено експертне опитування (методом анкетування) серед науковців, представників органів державного управління в сфері соціального захисту населення, керівників громадських організацій, що надають соціальні послуги, керівників соціальних служб і закладів соціального обслуговування, представників бізнес-структур м. Запоріжжя (n=125, травень-червень 2022р.).

Експертам було запропоновано оцінити можливості і позитивний вплив (за 5-бальною шкалою) публічного управління на різних рівнях управління соціальною роботою (рис. 1).

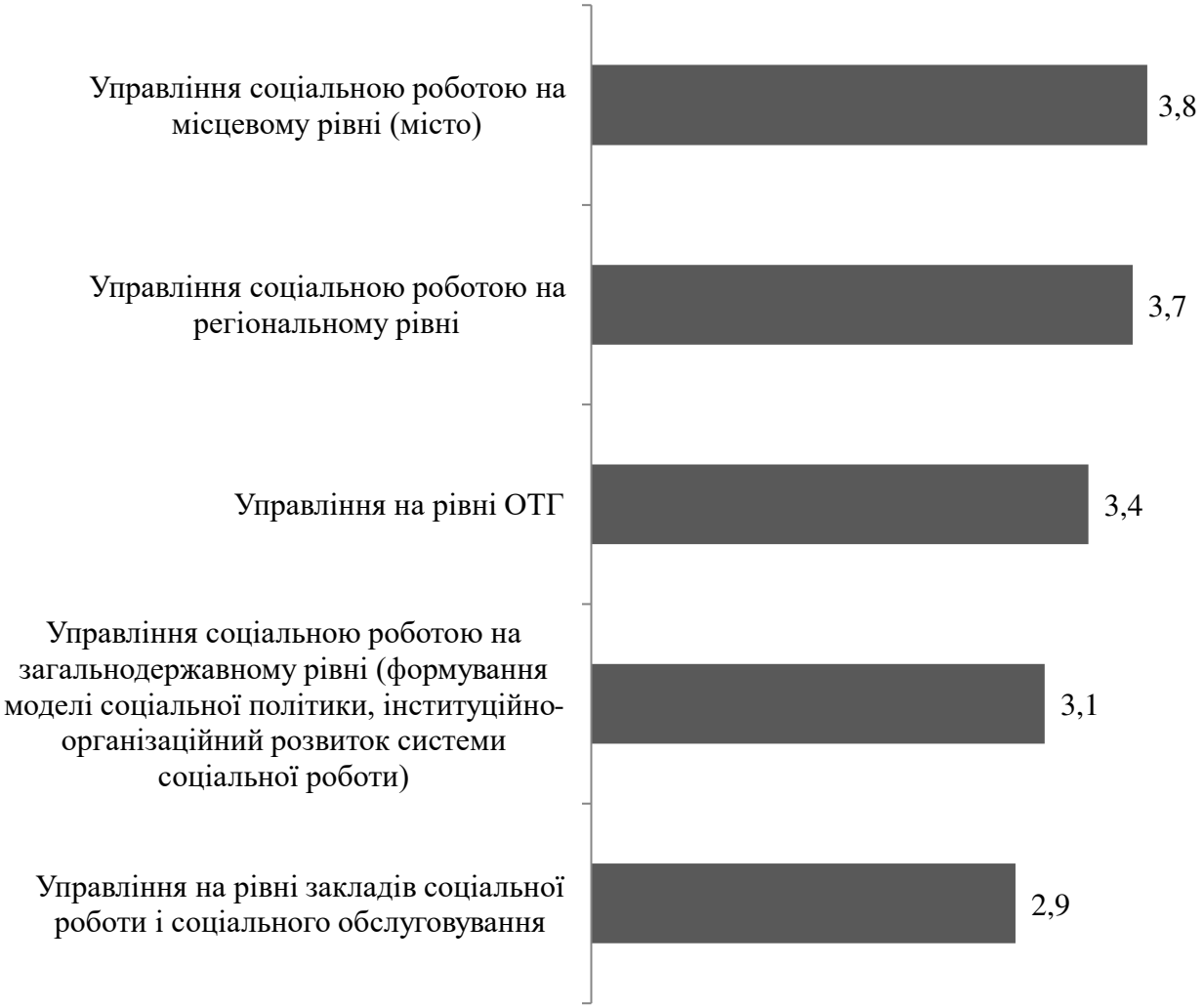


Рис. 1. Потенційні можливості публічного управління на різних рівнях функціонування системи соціальної роботи

Найбільший потенціал публічного управління у сфері соціальної роботи експерти вбачають на регіональному і місцевому рівнях як державно-громадсько-приватну взаємодію

соціальних суб'єктів управління на основі принципів доступності, прозорості і відкритості щодо управлінської діяльності, як розробку і реалізацію проєктів у сфері соціальної роботи. Значний показник потенціалу публічного управління виявлено і на рівні ОТГ, де сутнісні ознаки концепції публічного управління найбільше виражені, а саме управління набуває рис партисипаторності (співучасті) як місцевої адміністрації, так і членів територіальної громади в управлінській діяльності щодо соціального захисту і надання соціальних послуг в громаді. Найнижчий показник (але вищий за середній) потенціал публічного управління експерти вказали в управлінні закладами соціальної роботи і соціального обслуговування, хоча, на нашу думку, саме конкретний заклад може залучати недержавні організації для надання соціальних послуг через інструменти соціального замовлення. На загальнодержавному рівні публічне управління в системі соціальної роботи як формування моделі соціальної політики, на думку експертів, ускладнено воєнним станом в Україні, що вимагає зосередження управління в центральних органах державної влади.

Список використаних джерел

1. Закон України «Про внесення змін до деяких законів України щодо надання соціальних послуг у разі введення надзвичайного або воєнного стану в Україні або окремих її місцевостях». *Голос України. Газета Верховної Ради України.* 29 квітня 2022. URL: http://www.golos.com.ua/news/159623.

2. Петрова І., Руда О. Публічне управління як фактор і стимулятор модернізації адміністративного права. *Підприємництво, господарство і право*. 2017. №6. С. 131–135.

Баршацька Г.Ю.,
кандидат соціологічних наук, доцент,
доцент кафедри соціальної роботи та психології
Національного університету «Запорізька політехніка»
Україна, м. Запоріжжя

ВЕДЕННЯ ВИПАДКУ ЯК ІННОВАЦІЙНА ТЕХНОЛОГІЯ СОЦІАЛЬНОЇ РОБОТИ

Під інноваційними практиками і технологіями роботи розуміємо практики у сфері соціальної роботи, які виникли як нові способи задоволення актуальних потреб клієнтів соціальних служб і спрямовані на досягнення максимально ефективного результату як у вирішенні проблем конкретних осіб, що потребують підтримки, так і соціальних проблем суспільства загалом. Такі практики повинні охоплювати усі вразливі групи населення в Україні: осіб з інвалідністю, громадян похилого віку, які потребують підтримки, внутрішньо переміщених осіб, дітей-сиріт і дітей, позбавлених батьківського піклування, осіб, що опинились у складних життєвих обставинах, учасників АТО (ООС), безробітних, осіб без постійного місця проживання. Особливістю інноваційних практик і технологій роботи з уразливими групами є те, що вони не обмежуються конкретними організаційними формами чи методами роботи, тобто можуть існувати у вигляді програм або проєктів, які реалізуються у межах чітко визначеного періоду або у вигляді послуг, які надають соціальні служби на постійній основі. Діяльність соціальної служби спрямована на вирішення проблем, які блокують чи мінімізують ефективність життєдіяльності особистості в різних ролях.

Сьогодні на вирішення поставленого завдання існує значна кількість моделей та технологій соціальної роботи, проте однією із ключових можна вважати ведення випадку. Ця технологія дає змогу найбільш ефективно використати ресурси для отримання оптимального

результату. Варто наголосити на тому, що метод ведення випадку сьогодні набув надзвичайної популярності з різними групами населення, орієнтований на зменшення виникнення соціального сирітства, забезпечення прав дітей, сприяння ресоціалізації осіб, що перебувають у пенітенціарних закладах, підтримку людей з ВІЛ («Благополуччя дітей», «Надія і житло для дітей», «Партнерство «Кожній дитині», «Карітас Україна», «ЛЖВ», ВГЦ «Волонтер» та ін.) [2, с. 51].

Кейс-менеджмент або «ведення випадку» є однією із ключових технологій соціальної роботи, спрямованої на вирішення соціальних, психологічних, міжособистісних проблем шляхом встановлення безпосередньої взаємодії між соціальним працівником і клієнтом.

У соціальній роботі кейс-менеджмент визначають як метод, який передбачає оцінку ситуації та потреб клієнта, визначення цілей і планування заходів задля їх досягнення, моніторинг та оцінювання результатів роботи. В Україні поряд з назвою «кейс-менеджмент» використовують термін «ведення випадку». Відповідно кейс (випадок) розглядають як проблемну ситуацію клієнта (окремої особи або сім'ї), яка негативно впливає на якість життя людини і погіршує її стан (фізичний, психічний, матеріальний тощо), а кейс-менеджера як соціального працівник або іншого фахівця, який здійснює оцінку ситуації й потреб клієнта, планування відповідних заходів щодо їх задоволення, пошук організацій та фахівців, які надають відповідні послуги в громаді, координує їх дії у процесі кейс-менеджменту, а також здійснює представництво інтересів клієнта / клієнтів [1, с. 7].

Професійна діяльність кейс-менеджера охоплює різні напрями роботи з вразливими групами, які стосуються старіння населення, поведінкового здоров'я (проблеми психічного здоров'я, зловживання хімічними речовинами), захисту дитинства, інвалідності, навчання (зокрема інклюзивне навчання, навчання впродовж життя), працевлаштування, медичного догляду (амбулаторний, спеціалізована медична допомога, реабілітація, програми страхування), міграції та пошуку притулку, послуг для ветеранів і військовослужбовців тощо. Кейс-менеджери працюють у державному та громадському секторах, у міській та сільській місцевості і надають послуги в закладах та організаціях за місцем проживання клієнтів, контактуючи з ними особисто, телефоном або із застосуванням електронного зв'язку.

Характерними особливостями ведення випадку є те, що: на основі цієї моделі можна допомогти людині вирішувати свої психосоціальні проблеми; сприяти кращій соціалізації до навколишнього середовища; це прогресивний процес, який охоплює навчання, діагностику, лікування, оцінку та ін.; він вимагає знань та навичок у встановленні професійних відносин; мобілізує можливості окремих осіб та ресурсів у навколишньому середовищі; забезпечує розвиток особистості [2, с. 51].

Основними правилами ведення випадку є наступні.

1. Послідовність і поетапність надання допомоги. Незалежно від тривалості ведення випадку, всі кроки у процесі надання допомоги мають бути логічними та послідовними.

2. Систематичний обмін інформацією. Для забезпечення злагодженої роботи членів команди всі фахівці мають вчасно отримувати повну, точну, детальну інформацію про отримувача послуг і процес ведення випадку.

3. Повноцінне використання спільних ресурсів і мінімізація витрат. Фахівці мають визначити, як оптимально залучити і розподілити всі наявні у громаді ресурси.

4. Забезпечення провідної ролі фахівця, який здійснює управління веденням випадку, координує роботу міждисциплінарної команди. Передбачає усвідомлення фахівцем власної персональної відповідальності за процес ведення випадку та його результату.

5. Підвищення професіоналізму міждисциплінарної чи міжвідомчої команди. Важлива умова професіоналізму команди – формування єдиних переконань і поглядів щодо завдань ведення випадку.

6. Стимулювання розвитку особистісного потенціалу й активної участі отримувача послуг у веденні випадку (його внеску у формулювання цілей, завдань і заходів плану, а також усвідомлення відповідальності за виконання багатьох запланованих заходів). Співпраця з отримувачем послуг, активна мотивація до змін, активізація його сильних сторін, залучення ресурсів родинного та соціального середовища – рушійна сила ведення випадку.

Процес ведення випадку спрямований на забезпечення доступності послуг з урахуванням реальних потреб отримувача соціальних послуг та орієнтується на можливості, наявні ресурси системи соціального обслуговування, соціально-педагогічної підтримки, надання послуг. Отже, ведення випадку можна розглядати як інструмент оптимізації витрат, зростання ефективності, раціоналізації послуг і оптимізації використання ресурсів громади у процесі соціальної роботи.

Список використаних джерел

1. Гусак Н. Є. Кейс-менеджмент внутрішньо-переміщених осіб: методичні рекомендації. Київ, 2015. 62 с.

2. Ісаченко В.П., Гончар І.Г. Ведення випадку у соціальній роботі: актуальні методи та особливості документування. *Наукові записки. Серія: Педагогічні науки*. 2018. Випуск 167. С. 50–54.

Бурачок І.Г.,
магістрантка спеціальності «Соціальна робота»
Ніжинського державного університету імені Миколи Гоголя;
Лісовець О.В.,
доктор педагогічних наук, професор,
професор кафедри соціальної педагогіки і соціальної роботи
Ніжинського державного університету імені Миколи Гоголя
Україна, м. Ніжин

СОЦІАЛЬНО-ПРАВОВИЙ ЗАХИСТ ВАГІТНИХ У СИСТЕМІ СОЦІАЛЬНОГО СТРАХУВАННЯ

Досліджуючи проблему соціально-правового захисту майбутніх матерів, відмітимо, що сучасним законодавством передбачено низку прав та гарантій для вагітних в Україні. Так, Конституція України гарантує охорону праці і здоров'я жінок, створення умов, які дають жінкам можливість поєднувати працю з материнством; надання матеріальної і моральної підтримки материнства і дитинства, включаючи надання оплачуваних відпусток та інших пільг вагітним жінкам і матерям.

Не обділена увагою проблема соціальних прав жінок і у науковій літературі. Це питання розглядається у працях Т. Мельник, К. Левченко, А. Олійник, О. Руднєвої та ін. Зрозуміло, що вагітні потребують соціальної допомоги і підтримки, а захист материнства та допомога жінці у разі поєднання своєї репродуктивної функції з виробничою є важливою складовою трудового законодавства. Українське законодавство передбачає, що кожна жінка незалежно від віку та зайнятості має право на допомогу по вагітності та пологах. Але її розмір та порядок надання залежить від соціального статусу жінки. Зокрема, є особливості надання цієї допомоги для працюючих жінок, для жінок-підприємців і для не застрахованих жінок. У центрі нашого дослідження перебувають саме жінки, які підпадають під дію норм загальнообов’язкового державного соціального страхування.

Соціальне страхування є найважливішим елементом системи соціального захисту громадян України. Основною метою соціального страхування є забезпечення високого рівня компенсації доходів працівникам у разі втрати працездатності або роботи, проведення реабілітаційних заходів. Через систему соціального страхування здійснюються різні виплати, у т. ч. і допомога вагітним. Питання соціального страхування завжди перебувало у центрі уваги вчених (В. Андріїв, Д. Божко, Н. Болотіна, К. Бориченко, О. Москаленко, О. Пономаренко, С. Прилипко, І. Сирота, Б. Сташків та ін.). Проте сучасні трансформаційні процеси у соціальній сфері змушують знову звертатися до вказаного питання, щоб проаналізувати основні тенденції та зміни, зокрема, щодо проблеми соціально-правового захисту вагітних у системі загальнообов'язкового державного соціального страхування.

Наголосимо, що нормативно це питання врегульовано Законом України «Про загальнообов'язкове державне соціальне страхування» (1999 р.) [4], в якому передбачена матеріальна допомога вагітним в межах соціального страхування у зв'язку з тимчасовою втратою працездатності. Згідно ст. 25 цього Закону застрахованій особі надається допомога по вагітності та пологах у формі матеріального забезпечення, яке компенсує втрату заробітної плати (доходу) за період відпустки у зв'язку з вагітністю та пологами [4]. Зазначимо, що загальною метою надання матеріальної допомоги у зв'язку з тимчасовою втратою працездатності є заміна втраченого з поважних причин заробітку. Як зазначає Д. Божко, загальнообов'язкове державне соціальне страхування у зв'язку з тимчасовою втратою працездатності – це гарантована державою система прав та обов'язків, що передбачає у випадках тимчасової втрати працездатності у порядку, в розмірах і на умовах, установлених законодавством, матеріальне забезпечення й надання соціальних послуг за рахунок коштів Фонду соціального страхування України, що формуються шляхом сплати страхових внесків, а також із інших передбачених законом джерел [1, с. 123]. До суттєвих ознак загальнообов'язкового державного соціального страхування у зв'язку з тимчасовою втратою працездатності дослідниця відносить:

а) це організаційно-правова форма соціального забезпечення осіб, які тимчасово втратили працездатність;

б) воно зумовлено тимчасовою непрацездатністю – обставиною, внаслідок якої застрахована особа або члени її сім'ї можуть втратити засоби для свого існування і змушені отримувати матеріальне забезпечення й соціальні послуги;

в) становить систему прав та обов'язків у відповідній сфері;

г) при страхуванні реалізацію застрахованими особами своїх прав у цій царині гарантує держава;

ґ) воно полягає в наданні матеріального забезпечення й соціальних послуг у випадках, порядку, в розмірах і на умовах, установлених законодавством;

д) обов'язок із надання застрахованим особам матеріального забезпечення й соціальних послуг бере на себе Фонд соціального страхування України [1].

Так, за статистичними даними, за перше півріччя 2022 року близько 80 тисяч українок звернулись до Фонду соціального страхування України за допомогами по вагітності та пологах. ФССУ продовжує фінансувати декретні допомоги попри умови воєнного стану, неможливість окремих роботодавців опрацювати е-лікарняні своїх працівниць і навіть у разі виїзду застрахованої особи за кордон. Водночас сума коштів на виплату такої допомоги порівняно з І півріччям 2021 року збільшилась на 93,9 млн грн, або на 3,9 %. А середньоденний розмір допомоги по вагітності та пологах станом на 01.07.2022 склав 384,71 грн проти 325,62 грн у І півріччі 2021 року, тобто зріс на 18,1 % [3].

Розмір допомоги по вагітності та пологах обчислюється шляхом множення суми середньоденної заробітної плати на кількість днів фактичного перебування у відпустці у зв'язку із вагітністю та пологами. Зазвичай вона триває 126 календарних днів (70 днів до

передбачуваного дня пологів і 56 днів після пологів). Однак у разі передчасних, багатоплідних пологів або виникнення ускладнень до відпустки додається ще 14 календарних днів.

Допомога по вагітності та пологах застрахованій особі виплачується за весь період відпустки і компенсує 100% втраченої заробітної плати (доходу) незалежно від тривалості страхового стажу жінки. Водночас, особам, які протягом 12 місяців перед настанням страхового випадку мають стаж менше 6 місяців, розмір допомоги розраховується, виходячи з нарахованої заробітної плати (доходу), з якої сплачуються страхові внески, але не більше за розмір допомоги, обчислений із двократного розміру мінімальної заробітної плати.

Важливо відмітити, що страховий випадок у застрахованої особи виникає із дня надання відпустки у зв'язку з вагітністю та пологами за медичним висновком, зазначеним у листку непрацездатності, а не з дня, коли застрахована особа вирішила припинити працювати і піти у зазначену відпустку за власною заявою. Скористатися своїм правом на матеріальне забезпечення, тобто звернутися по призначення допомоги, чи продовжувати працювати ще деякий час після надання відпустки у зв'язку з вагітністю та пологами – застрахована особа вирішує особисто. У будь-якому випадку, у разі звернення такої особи по призначення допомоги, розрахунковим періодом, за який обчислюється середня заробітна плата для розрахунку допомоги по вагітності та пологах, відповідно до «Порядку обчислення середньої заробітної плати (доходу) для розрахунку виплат за загальнообов'язковим державним соціальним страхуванням» (2001 р., в редакції 2015 р.) [5], є останні 12 календарних місяців (із першого до першого числа), що передують місяцю, в якому настав страховий випадок, тобто місяцю, в якому у застрахованої особи настало право на відпустку у зв'язку з вагітністю та пологами за медичним висновком.

Враховуючи викладене, оскільки допомога по вагітності та пологах надається як компенсація втраченого заробітку за період відпустки у зв'язку з вагітністю та пологами, то у разі, коли застрахована особа вирішила працювати ще деякий час під час відпустки, допомога надається за період з дня, коли така особа вирішила скористатися своїм правом на відпустку та припинила працювати, по останній день відпустки, зазначений у листку непрацездатності. При цьому середня заробітна плата для розрахунку допомоги по вагітності та пологах обчислюється за розрахунковий період у 12 календарних місяців перед настанням страхового випадку (з терміну 30 тижнів за медичним висновком) незалежно від того, що застрахована особа ще деякий час після настання у неї права на відпустку у зв'язку з вагітністю та пологами працювала. Пунктом 30 «Порядку обчислення середньої заробітної плати (доходу) для розрахунку виплат за загальнообов'язковим державним соціальним страхуванням» [5] також передбачено, що у разі, коли на момент настання страхового випадку застрахована особа працює за сумісництвом, обчислення середньої заробітної плати здійснюється страхувальниками окремо за основним місцем роботи та за сумісництвом. Розрахунковий період у такому разі визначається за кожним місцем роботи окремо. Отже, застрахована особа може скористатися правом на допомогу по вагітності та пологах за місцем роботи за сумісництвом з моменту настання у неї страхового випадку.

Підводячи підсумок вищенаведеному, слід зазначити, що загальнообов'язкове державне соціальне страхування як форма соціального захисту вагітних є основною матеріальною гарантією реалізації їхнього права на захист і підтримку у разі тимчасової втрати ними працездатності.

Список використаних джерел

1. Божко Д. В. Правовідносини із загальнообов'язкового державного соціального страхування у зв'язку з тимчасовою втратою працездатності : дис. ... канд. юрид. наук : 12.00.05. Харків, 2017. 244 с.

2. Грекова М. М. Сучасні тенденції міжнародно-правового регулювання праці жінок. *Форум права*. 2012. №3. С. 139–145.

3. Допомога по вагітності та пологах від ФССУ зросла до майже 50 000 гривень. *Урядовий портал.* 2022. URL: https://www.kmu.gov.ua/news/dopomoha-po-vahitnosti-ta-polohakh-vid-fssu-zrosla-do-maizhe-50-000-hryven

4. Про загальнообов'язкове державне соціальне страхування: Закон України від 23 вер. 1999 р. № 1105-XIV. URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1105-14#Text

5. Порядок обчислення середньої заробітної плати (доходу) для розрахунку виплат за загальнообов'язковим державним соціальним страхуванням. Затв. Постановою Кабміну від 26 вер. 2001 р. № 1266 (в ред. Пост. Кабміну від 26 червня 2015 р. № 439). URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1266-2001-%D0%BF#Text

Вашест П.О.,
магістрант спеціальності «Соціальна робота»
Національного університету «Запорізька політехніка»;
Баршацька Г.Ю.,
кандидат соціологічних наук, доцент,
доцент кафедри соціальної роботи та психології
Національного університету «Запорізька політехніка»
Україна, м. Запоріжжя

МОДЕЛЬ СОЦІАЛЬНОЇ РОБОТИ ОНЛАЙН В УМОВАХ ВОЄННОГО СТАНУ В УКРАЇНІ

24 лютого 2022 року повномасштабний збройний напад РФ на Україну позначився і на функціонуванні сфери соціального захисту населення, мобілізувавши ресурсний потенціал системи соціальної роботи і соціального обслуговування і переформатувати пріоритети надання соціальної допомоги і соціальних послуг, актуалізувавши потребу у формуванні ефективної моделі соціальної роботи онлайн як надання електронних соціальних послуг.

Соціальна робота в умовах воєнного стану, військової агресії постає як одна з провідних напрямів діяльності держави і суспільства, визначення якої вимагає урахування як пріоритетів Сталого розвитку, так і принципів кризової / екстреної допомоги через надання соціальних послуг. Власне сутність соціальних послуг полягає в тому, що вони надаються людям, які опинились у біді та не можуть самостійно з цим впоратись, що і визначає надважливість організації їх надання в умовах воєнного стану, що в свою чергу вимагає створення адаптивної і гнучкої системи соціальної роботи. Саме тому Президентом України 26 квітня 2022 року було підписано прийнятий Верховною Радою України 14 квітня 2022 року Закон України «Про внесення змін до деяких законів України щодо надання соціальних послуг у разі введення надзвичайного або воєнного стану в Україні або окремих її місцевостях» [1].

Реалізація прийнятого закону дасть можливість забезпечити оперативне надання соціальних послуг особам/сім'ям, які постраждали в умовах введення на території України надзвичайного або воєнного стану з метою збереження їх життя та здоров'я. Даний закон також сприяє поширенню дистанційних форм надання психосоціальної підтримки через впровадження електронних соціальних послуг.

Слід зазначити, що соціальна робота онлайн у формі електронних соціальних послуг базується на концепції електронного урядування: «Електронне урядування – форма організації державного управління, яка сприяє підвищенню ефективності, відкритості та прозорості

діяльності органів державної влади та органів місцевого самоврядування з використанням інформаційно-телекомунікаційних технологій для формування нового типу держави, орієнтованої на задоволення потреб громадян» [2].

Основними елементами системно-діяльнісної моделі соціальної роботи он-лайн в умовах воєнного стану в Україні визначено :

1) простір вимірів впровадження і функціонування соціальної роботи он-лайн як системи надання електронних соціальних послуг, представлених у таких вимірах як: науково-методологічний вимір (наукове обґрунтування надання соціальних послуг в електронній і онлайн формі, розробка стандартів надання електронних послуг тощо); нормативно-правовий вимір (законодавче забезпечення і регламентація процесу надання електронних соціальних послуг); інституційно-організаційний вимір (створення організаційної структури соціальної роботи в системі електронного урядування на всіх рівнях функціонування сфери соціального захисту – загальнодержавному, регіональному, місцевому); вимір матеріально-технологічного забезпечення надання електронних соціальних послуг; вимір соціального і публічного управління системою надання електронних соціальних послуг; вимір формування системи критеріїв соціальної ефективності соціального обслуговування як надання електронних соціальних послуг;

2) суб'єкти соціальної роботи онлайн на основі надання електронних соціальних послуг в умовах воєнного стану: органи державного управління і місцевого самоврядування в сфері соціального захисту; соціальні служби; заклади соціального обслуговування; громадські і приватні організації, що надають соціальні, психологічні і педагогічні послуги; фізичні особи (кваліфіковані психологи, психотерапевти, психіатри); волонтерські організації; міжнародні організації в сфері психосоціальної роботи в надзвичайних ситуаціях;

3) напрямки надання електронних соціальних послуг вразливим категоріям населення і приймаючим громадам: а) соціальна робота он-лайн з УБД: психосоціальна підтримка осіб з ПТСР; послуги з соціальної і психологічної реабілітації; послуги з соціально-правових питань; відновлення і налагодження родинних і соціальних зв'язків; б) соціальна робота он-лайн з ВПО: отримання державної і гуманітарної допомоги; психологічне і сімейне консультування; освітні і педагогічні послуги (дистанційне навчання, виховання дітей); соціальна адаптація і інтеграція ВПО у приймаючих громадах; в) соціально робота он-лайн з особами, що переїхали за кордон: психологічне і сімейне консультування; освітні і педагогічні послуги (дистанційне навчання, виховання дітей); соціальна адаптація до тимчасового проживання в іншій країні; г) соціальна робота он-лайн в приймаючих громадах: налагодження ефективної інформаційно-комунікаційної взаємодії соціальних служб і ОТГ; соціальна робота з місцевими жителями територіальної громади; організація надання гуманітарної і волонтерської допомоги.

Список використаних джерел

1. Закон України «Про внесення змін до деяких законів України щодо надання соціальних послуг у разі введення надзвичайного або воєнного стану в Україні або окремих її місцевостях». Голос України. Газета Верховної Ради України. 29 квітня 2022. URL: http://www.golos.com.ua/news/159623.

2. Про схвалення Концепції розвитку електронного урядування в Україні : Розпорядження Кабінету Міністрів України № 649-р від 20.09.2017 р. URL: http:// zakon.rada.gov.ua.

Дараган В.Д.,
магістрантка спеціальності «Соціальна робота»
Національного університету «Запорізька політехніка»;
Баршацька Г.Ю.,
кандидат соціологічних наук, доцент,
доцент кафедри соціальної роботи та психології
Національного університету «Запорізька політехніка»
Україна, м. Запоріжжя

ДЕРЖАВНИЙ МАРКЕТИНГ У ДІЯЛЬНОСТІ ДЕРЖАВНИХ СЛУЖБОВЦІВ

Маркетинг, як і будь-яка інша професійна діяльність, має свою структуру і, відповідно, свої елементи. Розглянемо можливі напрями маркетингової діяльності службовців стосовно державної проблематики.

Будь-яка організація – це відкрита система, частина соціального середовища, прямі і непрямі впливи якого вона постійно відчуває. Аналіз зовнішнього середовища маркетингу, тобто тих зовнішніх сил, які впливають на можливості організації встановлювати і підтримувати успішну співпрацю із споживачами є необхідним етапом діяльності маркетолога. Стосовно державної служби можна сказати, що, діючи на ринку специфічних послуг, державні службовці підпадають під сильний вплив з боку політичних партій, громадських організацій, засобів масової інформації (далі – ЗМІ) і законодавчих органів. Цього впливу уникнути неможливо, і він постійно присутній в житті організації і певним чином впливає на її діяльність.

На думку М.Е. Гай, зовнішнє середовище позначається не стільки на повсякденній роботі людей, скільки на їх відношенні до своєї організації і на поведінці самої організації в цілому. Наприклад, позитивний суспільний статус державної служби вселяє відчуття гордості в співробітників за приналежність до організації, укріплюючи їх відданість, відповідальність за загальну справу і професійне честолюбство.

Аналізуючи реальну ринкову ситуацію, державні організації повинні стати, на думку Р.П. Мак-Гоуна і Р.Дж. Спаньоли, «новаторськими підприємницькими підприємствами», що роблять основний стратегічний упор на маркетингових дослідженнях і розробках з метою впровадження нових соціальних продуктів або послуг, а також на використанні інноваційних технологій в продуктах, процесах або послугах.

Управління новаторськими підприємствами в державному секторі серйозно відрізняється від аналогічних процесів в приватному секторі і, в першу чергу, тим, що державним службовцям і керівникам дуже складно змінювати свої ціннісні установки, погляди і звичні методи роботи. Створення ефективної і працездатної команди, зміцнення в своїх відомствах здорового прагнення до змін, подолання організаційної інертності, а також формування «основного інноваційного потенціалу» у вигляді «безперервного, могутнього потоку нових проєктів, продуктів і послуг» – всі ці зміни дозволять державним організаціям «трансформуватися в єдине, однорідне, вільно видозмінюючу освіту, єдина мета якої полягає в наданні послуг тим, в ім'я чиїх інтересів вони створені» [2].

Аналіз потенційних можливостей державної служби за поданням суспільно значущих послуг є необхідним і часто дуже складним етапом державної маркетингової діяльності. Часто фахівці називають даний напрям маркетингу етапом аналізу власної ситуації або внутрішнього середовища організації, вплив якої істотним чином впливає на продуктивність, якість і соціальну ефективність діяльності державних службовців. Тому, проводячи діагностику

ситуації, що склалася, в органах державної влади, необхідно виявити ті елементи, які допоможуть стати творцями або компонентами «продуктивного робочого середовища» .

Створення позитивного суспільного іміджу державної служби є одним з провідних напрямів маркетингової діяльності. Професор В.М. Шепель визначає імідж як «ореол, що створюється думкою соціальної групи, демографічного шару, власними зусиллями особи». Багато фахівців вже давно дійшли висновку, що процвітаючі фірми володіють не тільки високою культурою, але і створюють про себе певний образ, «ореол», який відомий як співробітникам організації, так і на ринку. Розробляючи імідж своєї організації, маркетологи тим самим формують її індивідуальність і корпоративну культуру, що визначає стиль роботи компанії, формує відчуття колективу, а також загальні норми, цінності і традиції.

На наш погляд, це стосується і державної служби. Високий професіоналізм працівників органів державної влади, їх громадянська зрілість, орієнтація на інтереси населення, професійна консолідація і людинознавча компетентність мають пряме відношення до ефективності їх діяльності і позитивній її оцінці з боку громадян, що, кінець кінцем, визначає позитивний імідж і високу репутацію державної служби в очах громадськості.

Звернення до державного маркетингу як необхідного інформаційного продукту професійної компетентності державних службовців, а також як ефективного соціального інструменту узгодження різних суспільних інтересів, що реалізовує людинознавчий підхід в управлінській діяльності органів державної влади, надає можливість, з одного боку, забезпечувати реалізацію цілей і функцій, що об'єктивно стоять перед державою, а з іншого – цілеспрямовано сприяти своєму інтелектуальному і етичному розвитку, накопиченню і передачі досвіду якісної державної діяльності. Таким чином, державний маркетинг покликаний стати дієвим засобом теоретико-прикладного збагачення наукового фундаменту професійної підготовки державного службовця – її професійної освіченості та професійної технологічності. Разом з тим запропонована концепція дозволяє державним службовцям стати організованою і професійно діючою суспільною силою, яка сприяє перетворенню державної служби в «чуйну на вічно змінні запити поточного життя, що ніколи не знає застою», активний і результативний інститут державного управління. Ці та інші обставини актуалізують, на наш погляд, необхідність подальших теоретико-прикладних досліджень державного маркетингу, а також наукових розробок умов і механізмів його реалізації в професійній діяльності державних службовців України.

Закревська А.В.,
магістрантка спеціальності «Соціальна робота»
Національного університету «Запорізька політехніка»;
Баршацька Г.Ю.,
кандидат соціологічних наук, доцент
доцент кафедри соціальної роботи та психології
Національного університету «Запорізька політехніка»
Україна, м. Запоріжжя

СОЦІАЛЬНА РОБОТА З БІЖЕНЦЯМИ ТА ЇХ СІМ'ЯМИ

Актуальність цієї теми дослідження особливо впадає у вічі у світлі подій в Україні сьогодні. Масштаби внутрішньої вимушеної імміграції – явище, яке ми можемо спостерігати у кожному куточку нашої країни. Сьогодні мігранти та їхні сім'ї особливо потребують конкретної допомоги, яка може бути забезпечена лише за рахунок функціонування мережі територіальних установ, що враховують місцеву ситуацію та її особливості.

В даний час органами населення та соціального захисту населення проводиться різноманітна робота з іммігрантами. Соціальні працівники допомагають кожному, хто звернувся у вирішенні особистих соціальних, економічних, правових та інших питань, допомагають встановити або відновити необхідні соціальні відносини. Є три основні проблеми біженців: добровільна репатріація, поселення у першій країні притулку та переселення до третьої країни.

Однак у багатьох випадках репатріація неможлива, принаймні, у найближчому майбутньому, оскільки джерела переслідувань, які змушують біженців залишати країну, залишаються найсильнішими. Поселення в сусідній країні розглядається як друге найбільш прийнятне рішення, оскільки більшість сусідніх країн культурно близькі один до одного, а місцева інтеграція менш болісна для біженців. Проте чи всі країни першого притулку бажають чи можуть запропонувати постійне проживання [2].

Для досягнення економічної самодостатності розвиток послуг, пов'язаних з працевлаштуванням, розглядається як пріоритет у програмах соціальної роботи для біженців та внутрішньо переміщених осіб.

До практичних методів соціальної роботи з внутрішньо переміщеними особами та біженцями належить біографічний (метод особистих документів), за допомогою якого на основі вивчення особистих документів (автобіографії, щоденників, спогадів) вивчаються суб'єктивні сторони вимушеної міграції.

Загальною підставою переваги методу групової роботи – різних її видів – виступає:

- По-перше, те, що досвід групи дає клієнтові можливість розділити свої переживання з тими, хто має схожий досвід, а значить – піти від перешкоджає реабілітації відчуття єдності своєї проблеми;

- По-друге, групова робота з урахуванням міжкультурних відмінностей сприяє адаптації клієнтів до нової культури, причому на різних рівнях – починаючи із зовнішнього (тренінги) і кінчаючи глибинним рівнем (терапевтичні групи);

- По-третє, група, крім власне психологічних цілей, здійснює соціальну підтримку, і в цьому сенсі терапевтичними є самі відносини між членами групи; цей аспект особливо значимий в групах взаємодопомоги [3].

Добре зарекомендували себе в роботі з дітьми такі форми групової роботи, як періодичні масові заходи – ігри, що охоплюють одночасно велику кількість дітей та триваючі протягом декількох днів, спеціальні конференції для жителів тих чи інших районів, міст або для підлітків та їх батьків, створення і функціонування народного театру. На якість соціальної роботи з мігрантами продовжують впливати зберігаються традиції ідеології, уявлення про них як реципієнтах, отримувачів допомоги; невизначеність їхнього статусу. Необхідний новий підхід – пріоритет особової оцінки самого учасника подій; а завдання фасилітативної служби – підтримати, зміцнити активність і конкурентоспроможність людини. Ніякий розвиток неможливий, якщо він буде сподіватися тільки на чиюсь підтримку, якщо не буде самоорганізації та взаємодопомоги [2].

Практична соціальна робота з мігрантами проводиться по наступним основних напрямках: соціальному, соціально-психологічному, соціально педагогічному, соціально-правовому, медико-соціальному, фінансовому, соціально-економічному, матеріальному, соціально-інформаційному і соціально-трудовому. Всі ці напрями потребують свого удосконалення і розвитку і якщо соціальна робота у фінансових напрямках досить обмежена, то за рахунок удосконалення організаційних і технологічних елементів можливе значне поліпшення соціальної роботи у інших напрямках [3].

Форми і методи соціальної роботи з вимушеними переселенцями принесуть позитивні результати при наявності чіткої і продуманої політики та програми з прогнозування міграційних процесів і конкретних міграційних потоків. Адаптація є ключове питання

стабільності суспільства. У цілому технологія соціальної роботи з мігрантами передбачає не тільки систему надання допомоги окремим індивідам і групам, які опинилися в результаті міграції в складній життєвій ситуації, але й реорганізацію соціального середовища, врахування міграційної ситуації, характеру міграційним потоків, чисельності мігрантів, їх категорій [1].

Активність органів державної влади в Україні в сфері адаптації біженців до нового середовища обмежується тільки впровадженням таких заходів, що потребують малих фінансових витрат з боку держави. Так, держава надає початкову освіту дітям-біженцям, видає відповідні посвідчення біженця, проїзний документ біженця та захищає їх від примусового вислання, що пояснюється малими фінансовими витратами з боку держави. Зазначені заходи не є достатніми для повноцінної інтеграції біженців в суспільство, а відсутність забезпечення прав біженців як фінансового, так і соціального характеру є свідченням того, що держава вживає недостатньо заходів щодо інтеграції біженців у суспільство, яке приймає їх [2].

Покращення становища мігрантів може наступити при активізації їх власного соціального потенціалу. Країни, у яких нараховується значна кількість мігрантів, заохочують виникнення асоціацій іммігрантів і етнічних груп, з врахуванням яких формуються суспільні фонди, призначені для розробки і реалізації проєктів, що відбивають інтереси мігрантів і біженців. Першорядне значення надається питанням релігії, культури, традиціям і звичаям з метою забезпечити поваги прав людини. Позитивних результатів домагаються ті органи влади, що прагнуть установити контакт із представниками різних конфесій і організувати обговорення ними проблем, що однаковою мірою цікавлять і корінних жителів, і мігрантів.

Список використаних джерел

1. Соціальна робота в Україні : навч. посібник / І. Д. Звєрєва, О. В. Безпалько, С. Я. Харченко та ін. / за заг ред. І. Д. Звєрєвої, Г. М. Лактіонової. Київ : Центр навчальної літератури, 2004.

2. Стан виконання державної програми протидії торгівлі людьми на період до 2010 р. в Україні: результати моніторингу за 2007-2008 рр. / заг. ред. К. Б. Левченко / Міжнародний жіночий правозахисний центр "Ла Страда - Україна". Київ : Україна, 2009. 72 с.

3. Ходорчук А. Я. Соціальна робота в Україні: теорія та практика : посібник для підвищення кваліфікації працівників соціальних служб для молоді.Ч. 4. Київ : ДЦССМ, 2003. 272 с.

Кравченко Т.В.,
магістрантка спеціальності «Соціальна робота»
Національного університету «Запорізька політехніка»;
Серга Т.О.,
кандидат соціологічних наук, доцент,
доцент кафедри соціальної роботи та психології
Національного університету «Запорізька політехніка
Україна, м. Запоріжжя

ЧИННИКИ І МЕХАНІЗМИ ФОРМУВАННЯ КЛАСТЕРНОЇ МОДЕЛІ СОЦІАЛЬНОЇ РОБОТИ В КОНТЕКСТІ СТАЛОГО РОЗВИТКУ РЕГІОНУ

Сьогодні існує значна кількість моделей та технологій соціальної роботи [2], проте виникає необхідність формування ефективної системно-діяльнісної моделі соціальної роботи, яка б могла надавати адекватні відповіді викликам мінливої сучасності і визначити пріоритетні напрямки розвитку соціальної роботи в Україні. Для цього необхідно застосування сучасних

практико-орієнтованих підходів, серед яких інноваційним потенціалом володіє кластерний підхід. Саме тому виникає необхідність оцінки можливості впровадження кластерної моделі соціальної роботи в контексті сталого (збалансованого) розвитку регіону.

Дослідження теоретичних та практичних аспектів формування кластерів отримало значного розвитку завдяки роботам А. Маршала, М. Портера, М. Енрайта, Е. Леммера, Н. Семенової. Особливу увагу формуванню соціальних кластерів приділили українські науковці М. Біль, Т. Булах, Т. Калашнікова, Л. Плахотнікова. Однак у науковій літературі майже відсутні роботи, які б розглядали кластерний підхід як напрям формування ефективної моделі соціальної роботи.

Сьогодні кластерний підхід починає широко застосовуватися у посиленні соціальної складової сталого (збалансованого) розвитку регіонів, що обумовило появу такого утворення як соціальний кластер, який виступає основою формування кластерної моделі соціальної роботи. Т. Булах і Л. Плахотнікова зазначають, що соціальний кластер – це група взаємопов'язаних локально сконцентрованих органів управління, організацій та установ різних форм, які надають соціальні послуги населенню й об'єднані спільними інтересами із стратегічною метою – забезпечення добробуту і якості життя [1, с. 77]. Отже, функціональну доцільність формування соціального кластера підтверджує його продукт – соціальна послуга.

Таким чином, застосування кластерного підходу у формуванні політики соціального розвитку регіону передбачає: по-перше, виділення і створення соціально-еколого-економічного кластеру і визначення його просторових меж; по-друге, інституціоналізацію розвитку політики соціальних інновацій у регіоні; по-третє, створення і посилення взаємозв'язків між різними суб'єктами соціального кластеру: державними, економічними, суспільно-громадськими.

В цьому сенсі виникає необхідність формування кластерної моделі соціальної роботи, яка передбачає:

1) функціонування системи закладів соціальної роботи і соціального обслуговування у визначених просторових межах створеного соціально-еколого-економічного кластеру;

2) структурованість кластеру, до якого входять органи державного й регіонального управління, організації та установи соціальної інфраструктури, що надають соціальні послуги, споживачі послуг (населення), бізнес, громадські організації;

3) партнерську взаємодію соціальних суб'єктів, побудовану на принципах рівноправності, паритетності, синергії, конструктивного діалогу, добровільності, взаємного інформування про виконання прийнятих на себе зобов'язань (державно-громадське-приватне партнерство).

Для вивчення чинників і механізмів формування кластерної моделі соціальної роботи в Україні було проведено експертне опитування (методом анкетування) серед науковців, представників органів державного управління в сфері соціального захисту населення, керівників громадських організацій, що надають соціальні послуги, керівників соціальних служб і закладів соціального обслуговування, представників бізнес-структур м. Запоріжжя (n=70, квітень-травень 2022р.). Результати представлено на рис. 1.

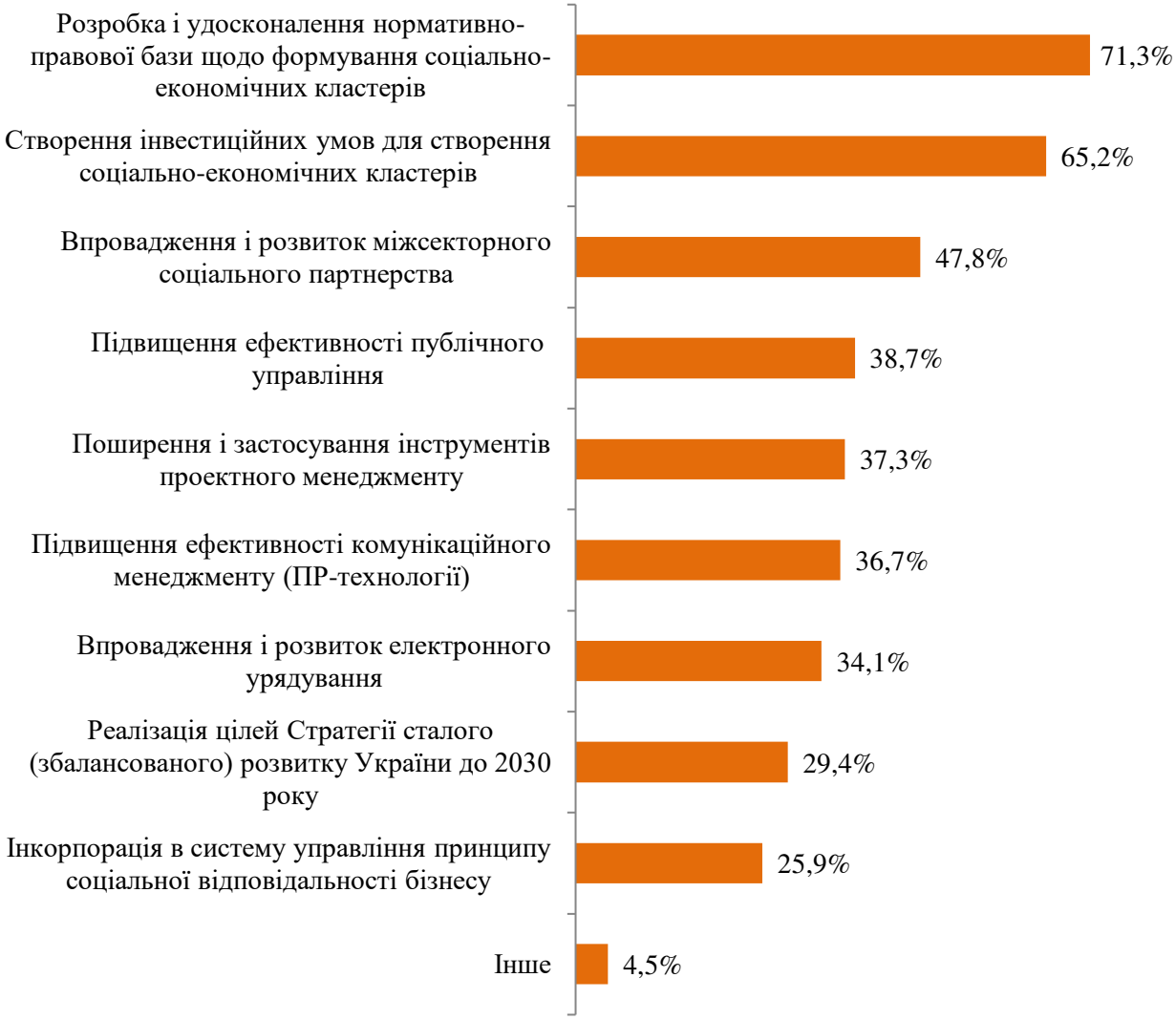


Рис. 1. Чинники і механізми формування кластерної моделі соціальної роботи у регіоні

Отже, на основі результатів теоретико-методологічних засад формування кластерної моделі соціальної роботи і результатів експертного опитування щодо оцінки можливостей впровадження кластерного підходу у розробці ефективної моделі соціальної роботи в умовах реалізації цілей сталого (збалансованого) розвитку в глобальному і локальному вимірах нами було виділено наступні групи соціальних механізмів формування моделі соціальної роботи і надання соціальних послуг в межах соціально-економіко-екологічного кластеру:

– нормативно-правові механізми (розробка і удосконалення законодавчої бази щодо створення соціально-економічних кластерів і управління соціальною роботою в межах утворених кластерів; нормативно-правове забезпечення утворення і розвитку соціальних кластерів);

– фінансово-економічні механізми (створення інвестиційних умов розвитку соціально-економічних кластерів);

– організаційно-управлінські механізми: 1) впровадження публічного управління як діяльності органів державного управління, органів місцевого самоврядування, представників приватного сектору та інститутів громадянського суспільства щодо вироблення та реалізації стратегічних рішень державної соціальної політики в межах соціально-економічного кластеру на основі принципів відкритості і прозорості управлінських процесів і процедур відповідно

нормативно-правової системи функціонування держави і суспільства; 2) впровадження системи проєктного менеджменту в кластерній моделі соціальної роботи як процесу інституалізації у програмно-цільовий формат способів втручання державних органів влади/органів місцевого самоврядування і бізнес-структур у сферу формування і реалізації кластерної соціальної політики з метою досягнення цілей сталого (збалансованого) розвитку регіону і держави в цілому;

– соціально-управлінські механізми (соціальне партнерство суб'єктів соціально-економіко-екологічних кластерів в управлінні соціальною роботою на рівні певного кластеру і підвищення якості і доступності соціальних послуг, враховуючи специфіку кластерної організації).

Список використаних джерел

1. Булах Т. М., Плахотнікова Л. О. Інноваційний напрям вдосконалення системи управління соціальним розвитком села на основі кластерного підходу. *Зовнішня торгівля: економіка, фінанси, право. Науковий журнал. Серія: Економічні науки*. 2015. № 3 (80). С. 74–80.

2. Семигіна Т. Сучасна соціальна робота. Київ : Академія праці, соціальних відносин і туризму, 2020. 275 с.

Малиш О.О.,
магістрант спеціальності «Соціальне забезпечення»
Національного університету «Запорізька політехніка»;
Баршацька Г.Ю.,
кандидат соціологічних наук, доцент,
доцент кафедри соціальної роботи та психології
Національного університету «Запорізька політехніка»
Україна, м. Запоріжжя

«ВЗАЄМОДІЯ» ЯК СУСПІЛЬНО-ЦІННІСНИЙ МЕХАНІЗМ ФОРМУВАННЯ ДЕМОКРАТИЧНОЇ СИСТЕМИ ДЕРЖАВНОГО УПРАВЛІННЯ

Інтереси розвитку українського суспільства, які, зокрема, пов'язані з євроінтеграційними прагненнями, потребують прискорення процесів його демократичної трансформації у всіх сферах життя. Це повною мірою стосується і системи державного управління, оскільки можливість успішного і динамічного розвитку суспільства багато в чому, якщо не вирішальною мірою – залежить від рівня його ефективності та якості. У даному контексті на порядку денному продовжує залишатися питання про необхідність прискорення й поглиблення процесів демократизації державного управління.

Міжнародний досвід та історична практика свідчать, що одним із ефективних напрямів реформування системи державного управління на демократичних засадах є застосування системної взаємодії як визначального організаційного принципу державного управління і як ціннісний показник ступеня його демократичності та ефективності.

Важливе значення принцип взаємодії має в системі державного управління, де він виступає як один з визначальних, оскільки сприяє укріпленню єдності державної влади, взаємозв'язків державних органів та інститутів громадянського суспільства, узгодженню різнопланових суспільних інтересів і, зрештою, зростанню політичної і соціально-економічної стабільності.

Важливість ціннісного критерію взаємодії у відносинах органів державної влади й управління спричиняє підвищену увагу вітчизняних науковців до дослідження його змісту та аналізу його практичного застосування в діяльності державно-управлінських органів в Україні.

Процес взаємодії є основою трансформації політичної системи України, що, як будь-яка система дії, базується на тому, що дії одного соціального суб'єкта орієнтовані на дії іншого соціального суб'єкта. Це означає, що в процесі успішної взаємодії між її суб'єктами починають формуватися взаємні очікування з приводу подальших кроків кожної зі сторін взаємодії. Виконання цих очікувань приводить до позитивної реакції, невиконання – до негативної, що не може не позначатися на конкретних процесах взаємодії.

Таким чином, постає завдання відбудувати такі політико-правові умови життєдіяльності суспільства, які б надали динамічного прискорення демократичним перетворенням у політичній сфері, сформували якісно новий рівень взаємодії та консолідованої відповідальності всіх гілок і структур державної влади перед громадянами щодо вироблення та впровадження державної політики, забезпечили ефективність державного управління в ринкових умовах і сприяли становленню політичної стабільності і консолідації суспільства.

Характеризуючи проблему взаємодії як ціннісного виміру державного управління, не можна залишити поза увагою такий її важливий аспект, як взаємодія органів виконавчої влади з місцевим самоврядуванням. Проблема ця є однією з найбільш гострих і актуальних у вирішенні питань подальшої долі розвитку українського суспільства.

Як вважає В. Новак, діалог між державою та громадянським суспільством має ґрунтуватися на п'яти головних соціальних процесах: об'єднанні, визнанні, комунікації, взаєморозумінні, довірі. У цьому зв'язку він пропонує виділити наступні основні умови активного й ефективного соціально-ціннісного діалогу між державою та громадянським суспільством:

– установка учасників суспільно-державної взаємодії на розвиток і підтримку співробітництва, незалежно від особливостей мотивації кожної із сторін;

– певний ступінь зрілості і розвитку потенціалу інститутів громадянського суспільства, необхідний як для створення зацікавленості державних органів у співробітництві з ними, так і для ясного і точного вираження, просування і захисту своїх інтересів;

– наявність інституціональних (правових і організаційних) рамок для співробітництва між секторами суспільства, під якими розуміються стійкі форми їх взаємодії, що склалися на практиці чи безпосередньо встановлені законодавством або угодою в межах компетенції кожної із сторін;

– економічна незалежність і стійкість організацій громадянського суспільства, їх здатність генерувати людський капітал і мобілізувати додаткові ресурси на вирішення суспільно значимих проблем.

Таким чином, принцип відкритості в державному управлінні можна визначити як обов'язок державної влади забезпечити можливість для громадян безпосередньо і опосередковано брати участь у державному управлінні шляхом прийняття або впливу на прийняття управлінських рішень. Прозорість можна визначити як ціннісний принцип поряд з можливістю громадян спостерігати за діяльністю елементів державно-управлінської системи, спроможність одержання реальної інформації про змістовне навантаження державного управління та впливу управлінської діяльності на суспільство і окремі його складові.

Застосування ціннісних принципів відкритості і прозорості сприяє налагодженню інформаційної взаємодії та публічного діалогу між державними органами та громадськістю, що відкриває шлях легітимації рішень, підтримки програм діяльності та власне посадових осіб, мобілізації громадськості на певні дії, створює ситуацію взаємопорозуміння. Усе це має своїм наслідком підвищення ефективності та результативності управління, оскільки

спрямовані на досягнення адекватної діяльності, критерієм успіху якої є саме порозуміння. Йдеться про адекватність, відповідність публічних рішень потребам та очікуванням громадськості, суспільним реаліям, чітко ідентифікованим соціальним проблемам та оптимальним шляхам їх розв'язання. А така відповідність власне і є суспільно-ціннісним підґрунтям державного управління в цілому.

Україна поки що пройшла досить короткий шлях утвердження демократичних принципів і норм, які ще далеко не повною мірою утвердилися не лише в практиці улаштування суспільного життя, але й у свідомості й при тому не лише масовій, а й у свідомості значної частини політичної еліти. Проте, обравши шлях свободи і демократії, спираючись на власний, нехай й не завжди позитивний, досвід і досвід країн усталеної демократії в організації державного управління на демократичних засадах, Україна має розробити свою власну соціально-ціннісну модель державного управління на основі його реальної прозорості та застосування дієвих механізмів співпраці і взаємодії. Таким чином, взаємодія як організаційний принцип та ціннісний критерій державного управління передбачає розуміння державної влади не як сталого стану, а як системи, що весь час самоорганізується. Це передбачає постійний процес узгодження різнопланових інтересів суспільства з державою за умов збереження єдності та стабільності країни. Формування сучасної соціально-ціннісної системи державного управління, яка б відповідала потребам сьогодення і усталеним демократичним принципам її улаштування і функціонування, користувалася підтримкою і довірою з боку населення неможливе без налагодження якісної співпраці і взаємодії як всередині системи державно-управлінських відносин між різними владними структурами, так і в системі взаємовідносин останніх з інститутами громадянського суспільства і громадськістю в цілому.

Новак Т.О.,
аспірантка спеціальності «Соціальна робота»
Національного університету «Запорізька політехніка»;
Попович В.М.,
доктор філософських наук, професор,
професор кафедри соціальної роботи та психології
Національного університету «Запорізька політехніка»
Україна, м. Запоріжжя

ВПЛИВ СОЦІАЛЬНО-ПРОСТОРОВИХ ОСОБЛИВОСТЕЙ РЕГІОНУ (РЕГІОНАЛЬНОЇ І ЛОКАЛЬНОЇ ІДЕНТИЧНОСТІ) НА ФОРМУВАННЯ І ВІДТВОРЕННЯ СОЦІАЛЬНО-УПРАВЛІНСЬКИХ ПРАКТИК У СФЕРІ СОЦІАЛЬНОЇ РОБОТИ

Менеджмент соціальної роботи здійснюється в суб'єкт-суб'єктній площині і у вимірі соціального управління, що виявляється у специфіці соціально-управлінських практик взаємодії в управлінні сферою соціальної роботи на всіх рівнях, в тому числі на регіональному і місцевому (рівні територіальних громад), на формування яких мають вплив соціально-просторові особливості регіону чи локальної місцевості.

Погоджуючись з визначенням М. Лехолетової менеджменту соціальної роботи як процесу, спрямованого на планування та ухвалення оптимальних управлінських рішень щодо соціальної допомоги та соціального захисту отримувачів соціальних послуг [1, с. 54], можна додати, що цей процес передбачає застосування певних соціально-управлінських практик в управлінні соціальною роботою на загальнодержавному, регіональному і локальному рівнях.

Дійсно, аналіз різних визначень менеджменту соціальної роботи дозволяє виділити його сутнісні характеристики: по-перше, це практична управлінська діяльність соціальних суб'єктів; по-друге, реалізується на рівні всіє системи соціальної роботи в державі, на рівні установ і організацій соціальної роботи, на рівні отримувачів соціальних послуг; по-третє, включає в себе процес планування, мотивації, реалізації та контролю управлінських рішень. Отже, менеджмент соціальної роботи – це, насамперед, управлінська діяльність, яка відтворюється у формі соціальних практик.

Соціально-управлінські практики в системі менеджменту соціальної роботи нами визначено як способи реалізації соціально-управлінських дій, що формуються в результаті взаємодій соціальних суб'єктів управління у сфері надання соціальних послуг (державні і недержавні надавачі соціальних послуг), що забезпечує усталене функціонування інститутів соціальної сфери; детерміновані соціально-статусними та нормативно-ціннісними регуляторами; функціонують як загальні схеми типізації й інтерпретації соціальної поведінки та взаємодії в системі управлінських відносин.

Розглядаючи соціально-управлінські практики як практично-діяльнісний аспект управління і менеджменту соціальної роботи, виникає необхідність визначення їх структурної організації як в статичному, так і в динамічному контекстах. Нас цікавить не стільки сама структура процесу реалізації соціально-управлінських практик в менеджменті соціальної роботи, а виміри функціонування таких практик, що утворюють простір в якому формуються і відтворюються соціально-управлінські практики, завдяки чому реалізуються управлінські функції в системі соціальної роботи. Аналіз різних соціологічних підходів до трактування «соціальна практика» дозволив виділити принаймні п'ять таких вимірів: когнітивно-інтерпретаційний, ціннісно-мотиваційний, процесуально-організаційний, комунікативний і діяльнісно-організаційний, які виступають як цілісний структурно-функціональний простір соціально-управлінських практик в менеджменті соціальної роботи.

Сучасна концепція створення та реалізації різноманітних соціально-управлінських практик передбачає врахування контекстності середовища, яку в сучасній соціологічній науці відображено поняттям «регіон». Так, у межах соціологічної концепції структурації Е. Гідденс, відзначаючи просторову іманентність практик, зауважує: той факт, що практика існує в просторі, дає підстави сформулювати ідею «локалу» – фізичного регіону, який структурується практиками та слугує для їх просторової систематизації. М. Кітінг термін «регіон» співвідносить з поняттям простору [2]. Регіон, згідно з його теорією, виступає місцем перетину різних просторів, зокрема: територіального, політичного, соціального, економічного, функціонального, інституційного, екологічного та інформаційного. Будь-який регіон володіє низкою спільних для всіх регіонів характеристик, таких як: наявність території, регіональної спільноти, економічної інфраструктури та політичних інститутів. Причому формування регіону та регіональної спільноти як невід'ємної умови його існування неможливе без розгляду регіональної ідентичності, яка включає емоційну прив'язаність до певного регіону, відчуття близькості та спорідненості з ним. Адже місце (територія) відіграє важливу роль у формуванні ідентичності, оскільки цей процес має внутрішній (триває у свідомості індивіда) та зовнішній (виявляється в системі соціальних практик індивідів) виміри.

Під регіоном будемо вважати адміністративно-соціально-територіальну спільноту (соціальний простір), якій притаманна сукупність етнокультурних ідентичностей, спільність економічних умов та соціальної організації, схожість відтворювальних соціальних практик, інституціоналізація яких відбувається за умови сформованості регіональної ідентичності територіальної спільності, що формують соціальні практики управління в різних соціальних полях і вимірах, відтворюючи регіональну специфіку соціальної поведінки і соціальної взаємодії. В соціальній роботі як об'єкті соціального управління соціально-управлінські практики також мають в собі регіональну специфіку соціальних відносин регіональної

спільноти, а категорією, що визначає структурно-функціональних простір соціально-управлінських практик є регіональна соціальна ідентичність.

Слід зазначити, що в сучасних умовах модернізації системи соціального захисту населення, і соціальної роботи, зокрема, особливої ваги набуває принцип локальності соціально-управлінських практик в системі управління соціальною роботою на рівні об'єднаної територіальної громади, а отже на специфіку формування і відтворення соціально-управлінських практик впливає локальна ідентичність як усвідомлення приналежності до локальної спільноти (села, селища).

Таким чином, можна узагальнити вплив соціально-просторових особливостей регіону на формування і відтворення соціально-управлінських практик в сфері соціальної роботи в структурно-функціональному просторі (таблиця 1).

Таблиця 1

Вплив соціально-просторових особливостей регіону (регіональної і локальної ідентичності) на формування і відтворення соціально-управлінських практик в сфері соціальної роботи в структурно-функціональному просторі

Структурно-функціональний вимір	**Специфіка процесу формування соціально-управлінських практик**	**Основа відтворення соціально-управлінських практик**
Когнітивно-інтерпретаційний вимір	Провідними факторами формування є соціальні потреби, пов'язані із включенням особистості до первинних груп і відповідних їм соціальних ситуацій. Особливої значущості тут набуває колективна пам'ять (інформованість щодо спільноти – про її спосіб життя, традиції, історію, соціально-економічний та політичний стан місця, про типові характеристики представників цієї спільноти, про своє місце в ній), за допомогою якої і відтворюються смисли, уявлення та системи оцінок як щодо «своєї групи», так і соціальної реальності загалом	Породжувальний принцип/когнітивна схема інтерпретації ситуацій управління на основі колективних уявлень регіональної і локальної спільноти про навколишнє середовище і завдань соціальної роботи
Ціннісно-мотиваційний вимір	Регіональна і локальна ідентичність створює ефект ціннісного і нормативного консенсусу («цінності як свої»), що забезпечує стабільність суспільних зв'язків та дає відчуття захищеності кожному члену спільноти	Єдина ціннісна основа соціально-управлінських практик в соціальній роботі (ціннісно-орієнтаційна єдність)
Процесуально-організаційний вимір	Організована навколо регіональної і локальної ідентичності спільнота природним чином структурується, виділяючи зі	Процес прийняття рішень як на партисипативній основі, так і на високому ступені довіри до керівництва системою соціальної роботи

	свого складу керівне ядро – групу, уповноважену приймати рішення та реалізовувати інтереси спільноти	
Комунікативний вимір	Безпосередні соціальні контакти і взаємодія в регіональній і локальній спільноті формують високий рівень комунікативної взаємодії в сфері соціального і публічного управління соціальною роботою	Комунікативна взаємодія на основі взаємодовіри і партнерської участі в управлінні соціальною роботою
Діяльнісно-організаційний вимір	Об'єднана на основі спільних уявлень спільнота стає здатною до колективного мислення і колективної дії – реалізації колективних цілей, артикуляції та реалізації колективних інтересів, що створює передумови для утвердження в даній спільноті активістського типу управлінської культури	Функція управління є невід'ємною від процесів делегування повноважень і соціальної відповідальності, а спільна ідентичність виступає проміжною (опосередковуючою) смисловою структурою в управлінських відносинах в системі менеджменту соціальної роботи

Отже, можна казати про вплив соціально-просторових особливостей регіону, а саме сформованої регіональної і локальної ідентичності, на формування і відтворення соціально-управлінських практик в менеджменті соціальної роботи, що може виступити методологічною передумовою емпіричного дослідження специфіки соціально-управлінських практик у регіональному соціумі.

Список використаних джерел

1. Лехолетова М. Методи менеджменту соціальної роботи у діяльності соціального працівника. *Соціальна робота та соціальна освіта*. 2021. Вип. 2(7). С. 51–60.

2. Keating M. Is There a Regional Level of Government in Europe? *Regions in Europe* / edited by P. le Galesand and C. Lequesne. London: Routledge, 1998. P. 11–29.

Новікова Н.Є.,
старший викладач кафедри соціальних технологій
Національного авіаційного університету
Україна, м. Київ

ОСОБЛИВОСТІ РЕАЛІЗАЦІЇ ДЕРЖАВНОЇ МОЛОДІЖНОЇ ПОЛІТИКИ В УКРАЇНІ

Одним із визначальних факторів політичного розвитку, забезпечення позитивної динаміки соціальних та економічних перетворень виступає державна молодіжна політика, яка сприяє політичній соціалізації молодого покоління, інституціоналізації політичної діяльності молоді, вихованню та освіті молодих людей.

Державна молодіжна політика є діяльністю держави, що спрямована на створення правових, економічних, соціальних, організаційних умов реалізації молоді, розвитку молодіжних організацій та інститутів громадянського суспільства, що діють у сфері вирішення проблем сучасної молоді. Такий зміст державної молодіжної політики передбачає наявність розвиненої системи координації діяльності органів державної влади, органів місцевого самоврядування та інститутів громадянського суспільства на різних рівнях вироблення та реалізації цієї політики.

Масштабні трансформації основ життя українського суспільства викликали динамічні і глибокі зміни соціальних характеристик нового покоління, зумовили появу значних і багатопланових молодіжних проблем, що поглиблюються і детермінують зниження молодіжного потенціалу. Ефективна державна молодіжна політика є сьогодні не тільки фактором соціальної стабільності, але і гарантом безпеки держави в цілому.

У сучасному науковому розумінні молодь – це суспільно-диференційована соціально-демографічна спільнота, якій притаманні специфічні фізіологічні, соціально-психологічні, теоретико-пізнавальні, культурно-освітні властивості, що характеризують її біосоціальне дозрівання як здійснення самовиразу її внутрішніх сутнісних сил і соціальних якостей.

Принциповою особливістю молоді є те, що її суттєві характеристики й риси знаходяться в стані формування і становлення, коли вагому роль у формуванні індивіда відіграють зовнішні чинники. Не випадково англійський учений С. Фріс, розглядаючи соціальний контекст стану молодості, як процесу переходу від дитинства до дорослості, наголошує, що основними напрямами змін від дитинства до дорослої людини є перехід від залежності – до незалежності і від безвідповідальності – до відповідальності .

Сучасне становище молоді в Україні визначається такими чинниками: залученістю молоді до громадських проєктів, волонтерських об’єднань, соціальних ініціатив, зростанням громадянської та національної свідомості, активності молоді; формуванням нової системи ціннісних орієнтацій; високим рівнем поінформованості молоді з питань участі в усіх сферах суспільного життя, участю у процесах формування і реалізації державної молодіжної політики; зростання рівня правової освіти молоді та знання шляхів захисту своїх прав але в той же час це відсутність рівності можливостей та стартових умов для усієї молоді, триває маргіналізація і криміналізація молодіжного середовища.

Всебічний та гармонійний розвиток молоді можливий за умови дотримання єдності та взаємодії таких його основних складових, як освіта, національно-патріотичне виховання, фізичне виховання та спорт, культура та дозвілля, формування здорового способу життя, участь у громадському житті. Конкурентноспроможність забезпечується сприянням держави у відповідній освіті, професійному навчанні, перепідготовці, працевлаштуванні і зайнятості молоді, а також стимулювання громадської активності.

Конституція України та українське законодавство гарантують права громадян на отримання соціальних благ незалежно від національності, статі, соціального походження та майнового стану, віросповідання, місця проживання та стану здоров’я. Держава забезпечує молодому поколінню необхідний мінімум соціальних послуг для самостійного розвитку та життєвого старту у навчанні, отримання професії, роботі, реалізації інтересів та здібностей, а також створює систему стимулів для тих молодих людей, що проявляють громадську активність, досягають успіхів у різноманітних сферах суспільного життя.

Гармонійна державна молодіжна політика має ставити за мету створення соціально-економічних, політичних, організаційних, правових умов і гарантій для життєвого самовизначення, інтелектуального, морального, фізичного розвитку молоді, реалізації її творчого потенціалу як у власних інтересах, так і в інтересах всієї країни. Ефективність державної молодіжної політики залежить від активності та готовності молоді до партнерства

з державною владою, налагодження двостороннього зв'язку, готовності молодого покоління взяти на себе відповідальність за визнання й підтримку цієї політики.

Молодіжна політика – це діяльність усіх суспільних інституцій стосовно молоді, а державна молодіжна політика є її складовою і характеризує відносини держави й молоді. У процесі функціонування політичної системи інтереси її складників тією чи іншою мірою збігаються з інтересами держави. І в межах діяльності щодо забезпечення цих інтересів вони стають суб'єктами державної молодіжної політики.

Таким чином, молодіжна політика – це комплексне явище, що є результатом практичної, науково-теоретичної, ідеологічної та іншої діяльності соціальних інституцій стосовно молоді. На мою думку, її можна розглядати як інтегральну функцію багатьох змінних: діяльності держави, партій, громадських, релігійних організацій тощо. Молодіжна політика включає в себе багато елементів і має складну структуру.

До головних принципів державної молодіжної політики належать: повага до поглядів молоді та її переконань; надання прав і залучення молоді до безпосередньої участі у формуванні й реалізації політики та програм, що стосуються суспільства взагалі і молоді зокрема; правовий та соціальних захист молодих громадян; сприяння ініціативі та активності молоді в усіх сферах життєдіяльності суспільства.

Молодіжна політика є інструментом, що має забезпечити у комплексі стратегічного розвитку країни геополітичну конкурентоспроможність Української держави, а також розвиток місцевих громад та суспільства протягом найближчих десятиліть. Різноманітні дані аналізу та прогнозів середньо- та довгострокових тенденцій визначають, що найбільш важливими змінами майбутнього є перехід до самоорганізації суспільства. Самоорганізація політично зрілих громадян, їх об'єднань та бізнесу, їх взаємодія з органами публічної влади – мають стати основою суспільства майбутнього.

Пріоритетними напрямками у здійсненні молодіжної політики діяльності є:

- забезпечення правової й соціальної захищеності молоді;
- надання молодому громадянинові гарантованого державою мінімуму соціальних послуг з навчання, виховання, духовного й фізичного розвитку, охороні здоров'я, професійній підготовці й працевлаштуванню;
- забезпечення збалансованого сполучення державних, суспільних інтересів та прав особистості у формуванні й реалізації національної молодіжної політики;
- пріоритет суспільних ініціатив стосовно аналогічної діяльності державних органів та установ при фінансуванні заходів і програм, що стосуються молоді;
- залучення молодих громадян до особистої участі у формуванні й реалізації програм, що стосуються молоді, суспільства та держави.

Відповідно, національна молодіжна політика є одним з напрямків діяльності держави, націленим на створення правових, економічних і організаційних умов і гарантій для самореалізації особистості молодої людини й розвитку молодіжних об'єднань, рухів та ініціатив, на формування у молодих громадян патріотизму й поваги до історії й культури свого народу й дотримання прав людини.

Варто враховувати, що досягнення молодими людьми економічної самостійності, реалізація їх творчого потенціалу, розвиток підприємницької активності, формування в них світогляду громадянина-патріота, творця майбутнього своєї країни багато в чому обумовлено наявністю підтримки й проведенням активної політики з боку держави й місцевої влади.

Національна молодіжна політики повинна реалізовуватися на всіх рівнях державної влади. Вона повинна ґрунтуватися на визнанні за молоддю всієї повноти соціально-економічних, політичних, особистих прав та свобод, закріплених Конституцією України й іншими нормативними правовими актами, що діють на території України й муніципальних утворень.

Пріоритетними принципами державної молодіжної політики в сучасних умовах передбачаються:

- сприяння ініціативі та активності молоді в усіх сферах життєдіяльності суспільства;
- надання права і залучення молоді до безпосередньої участі у формуванні й реалізації політики та програм, що стосуються суспільства взагалі і молоді зокрема;
- повага до поглядів молоді та її переконань;
- правовий та соціальний захист молодих громадян, перш за все осіб, які не досягли 18 років, з метою створення необхідних стартових можливостей для їх повноцінного соціального становлення та розвитку.

Життєво важливими пріоритетами державної молодіжної політики України в сучасній ситуації повинні стати:

- розвиток і захист інтелектуального потенціалу молоді, поліпшення умов і створення гарантій для здобуття молоддю освіти, спеціальної професійної підготовки та перепідготовки;
- формування у молоді почуття національної гордості, патріотизму, готовності захищати суверенітет України;
- забезпечення зайнятості молоді, її правового захисту урахуванням економічних інтересів, професійних і соціальних можливостей суспільства;
- створення умов для оволодіння духовними і культурними цінностями українського народу та для безпосередньої участі молодих людей у їх відродженні і розвитку, в охороні відтворенні навколишнього природного середовища;
- охорона здоров'я молоді, формування у неї глибокої потреби духовному і фізичному розвитку, вжиття інших заходів, які забезпечували здоровий генофонд народу України.

Головними завданнями національної молодіжної політики в сучасній Україні є:

- вивчення становища молоді, створення необхідних умов для зміцнення правових та матеріальних гарантій щодо здійснення прав і свобод молодих громадян, діяльності молодіжних організацій для повноцінного соціального становлення та розвитку молоді;
- допомога молодим людям у реалізації й самореалізації їх творчих можливостей та ініціатив, широке залучення юнаків і дівчат до активної участі у національно-культурному відродженні українського народу, формуванні його свідомості, розвитку традицій та національно-етнічних особливостей;
- залучення молоді до активної участі в економічному розвитку України;
- надання державою кожній молодій людині соціальних послуг по навчанню, вихованню, духовному і фізичному розвитку, професійній підготовці;
- координація зусиль усіх організацій та соціальних інститутів, що працюють з молоддю.

Отже, молодим поколінням належить реалізувати започатковані у нашій державі реформи та розвинути їх до рівня системних соціально-економічних перетворень, що неможливо без побудови прозорого і відкритого механізму державного управління, створення сприятливих передумов для повноцінного процесу соціалізації молодих людей, залучення їх до прийняття соціально важливих рішень, становлення ефективних суспільних комунікацій і демократичних стандартів у наданні послуг молоді.

Список використаних джерел

1. Піча В. Навчальний словник-довідник для студентів вищих закладів освіти України : у 2 т. 4-е вид., доп. Київ : Каравела, 2012. 224 с.

2. Молодь в трансформаційному суспільстві : антологія / упоряд. П. Т. Шевченко. Київ : Вища освіта, 2021. 140 с.

3. Беззуб І. Оновлення державної молодіжної політики в Україні. *Громадська думка про правотворення*. 2021. № 9 (214). С. 15–24. URL: http://nbuviap.gov.ua/images/dumka/2021/9.pdf.

Попович Я.М.,
кандидат філософських наук, доцент,
доцент кафедри загальноправових та політичних наук
Національного університету «Запорізька політехніка»
Україна, м. Запоріжжя

ЦІННІСНІ ПОЛІТИЧНІ ОРІЄНТАЦІЇ В СУСПІЛЬНІЙ СВІДОМОСТІ

Сучасний соціально-політичний стан в Україні характеризується соціальним напруженням в суспільстві і нестабільністю політичної системи на фоні ідеологічних розбіжностей серед суб‘єктів політичного процесу. Серед основних чинників, що впливають на таку ситуацію можна виділити наступні: 1) виклики, пов’язані із ситуацією на Сході України, що потребують вирішення конфлікту на тактичному, оперативному і стратегічному рівнях; 2) відсутність і розмитість ідеологічного напрямку розвитку України як соціальної держави; 3) загрози, спричинені поширенням коронавірусу і карантинних заходів, що негативно відображаються на економіці і соціальній безпеці населення; 4) відсутність консенсусу серед політичних суб’єктів щодо пріоритетів в досягненні цілей національної безпеки – позиціювання власних політичних орієнтирів як єдиних ідеологічно «правильних», що спричиняє розкол в українському суспільстві; 5) вплив глобальних чинників – військові конфлікти в інших країнах, екологічні проблеми, світова економічна криза; 6) загрози, що пов’язані із формуванням національної ідентичності в українському суспільстві. Саме тому нагальною науковою проблемою є виявлення і систематизація політичних орієнтацій ідентичності, які представлені в суспільній свідомості.

За словами Г. Пирога, завдяки своєї можливості оцінювати соціально-політичну дійсність політична орієнтація дозволяє структурувати зовнішній щодо суб’єкта соціально-політичний простір у змістовному і оцінному планах [2, с. 337]. У свою чергу оцінне ставлення передбачає вибір за критерієм «своє» і «чуже», що і виявляється політичною орієнтацією ідентичності особистості. Таким чином, політичні орієнтації і ідентичність особистості виступають як взаємовпливові механізми, що визначають політичні інтереси і уподобання, представлені в суспільній свідомості.

Особливого значення набуває визначення показників дослідження політичних орієнтацій ідентичності в суспільній свідомості. В основі політичних орієнтацій лежить концептуально оформлена політична ідеологія, яка представляє собою ціннісний конструкт сприйняття соціальної і політичної дійсності і місця особистості в такому соціально-політичному просторі, що врешті решт визначає політико-ідеологічні орієнтації ідентичності в суспільній свідомості.

На нашу думку, не тільки політична ідеологія визначає політико-ідеологічні орієнтації громадян, але й уявлення про модель розвитку держави і суспільства в цілому. В цьому аспекті доцільним є вивчення політичних, ідеологічних і ціннісних орієнтацій щодо вибору напрямку розвитку України як соціальної, правової держави. Вибір ідеологічного напрямку розвитку держави як соціальної визначає політичні орієнтації ідентичності в суспільній свідомості, а в контексті сучасних трансформацій в українському суспільстві і цивілізаційний вектор розвитку – західний чи євразійський (що представлений ідеєю об’єднання країн СНД).

Ще одним з аспектів дослідження політичних орієнтацій є визначення їх соцієтальних складових. Сучасні науковці визначають поняття «соцієтальне суспільство», яке пов’язується насамперед із національною (соцієтальною культурою), основною категорією якої є національний менталітет, який можна визначити як сукупність соціально-психологічних настанов, автоматизмів та навичок свідомості, які формують способи бачення світу та

уявлення людей, що належать до тої або іншої культурної спільноти. На думку деяких вчених (К. Юнг, Дж. Хілман) неусвідомленими елементами, що утворюють форми соціально-психологічних прояві і форм національного менталітету виступають архетипи як (від грец. *arche* – початок і *typos* – образ) апріорний, початковий образ.

В сучасний період трансформації набуває значення проблема розвитку нових ідентифікаційних практик, які відображаються в категорії «соцієтальної ідентичності». Е. Афонін, О. Донченко, В. Антоненко визначають соцієтальну ідентичність як «багатовимірну психосоціальну реальність» [1, с. 80], що не завжди тотожна оточуючому об'єктивному соціальному світу людини і тим більш не є тотожною колишньому модусу соціальної ідентичності, пов'язаному з механізмом ототожнення себе з зовнішніми групами і класами. На соцієтальну ж ідентичність впливають культурна та соціальна диференціація, психологічні стереотипи.

Таким чином, можна зробити наступні висновки щодо проблеми дослідження політичних орієнтацій ідентичності в суспільній свідомості: по-перше, в основі політичних орієнтацій лежать ціннісні ідеологічні конструкти, які відображають сприйняття і оцінку суспільства і особистості у соціально-політичному вимірі, а тому впливають на формування ідентифікаційних практик в суспільній свідомості; по-друге, розгляд політичних орієнтацій ідентичності передбачає не тільки їх дослідження в контексті політичної ідеології, але й уявлень громадян про напрям розвитку України як соціальної держави (більш того як цивілізаційний вибір); по-третє, дослідження політичних орієнтацій потребує виявлення специфіки їх соцієтальних складових – особливостей національного менталітету, архетипної структури масової свідомості, характер і практики соцієтальної ідентичності як психосоціальної реальності в площині політичних процесів і явищ.

Список використаних джерел

1. Афонін Е., Донченко О., Антоненко В. Психокультура України: «помаранчевий перехід». *Соціальна психологія*. 2006. № 4. С. 77–93.

2. Пирог Г. Політичні орієнтації: системно-психологічний підхід. *Вісник Львівського університету*. 2018. Вип. 18. С. 336–341.

Сагань Є.С.,
магістрантка спеціальності «Соціальне забезпечення»
Національного університету «Запорізька політехніка»;
Балухтіна О.М.,
кандидат історичних наук,
доцент кафедри соціальної роботи та психології
Національного університету «Запорізька політехніка»
Україна, м. Запоріжжя

БЛАГОДІЙНИЙ ФОНД «ПОВЕРНИСЬ ЖИВИМ» ТА «ФОНД СЕРГІЯ ПРИТУЛИ» В УМОВАХ ВІЙНИ: КОМПАРАТИВНИЙ АНАЛІЗ ДІЯЛЬНОСТІ

Внаслідок воєнного вторгнення РФ на територію України виникла невідкладна потреба у різного роду благодійництві через створення благодійних фондів. Підчас війни, спостерігаючи за тим, як ситуація загострюється, більшість українців об'єднуються задля допомоги один одному створюючи благодійні та громадські організації які є своєрідними посередниками, що приймають та передають гуманітарну та інші види допомоги.

Мета дослідження полягає у вивченні саме благодійних організацій а конкретніше благодійних фондів, що є найбільш оптимальним видом благодійних організацій для подачі заявок на надання міжнародної технічної допомоги та грантових програм з метою отримання донорських ресурсів на безоплатній основі з метою підтримки збройних сил, волонтерів та відбудови країни у майбутньому.

Згідно ЗУ «Про благодійну діяльність та благодійні організації» благодійна організація – юридична особа приватного права, установчі документи якої визначають благодійну діяльність в одній чи кількох сферах, визначених Законом, як основну мету її діяльності [1].

Благодійна організація може надавати різні види допомоги так, наприклад, передача коштів, надання послуг і виконання робіт на користь бенефіціарів, публічний збір коштів, проведення тематичних заходів. Також можлива безоплатна передача прибутку від користування майном, виконання заповітів на користь окремих категорій бенефіціарів, а також багато іншого [2]. Допомога благодійних організацій повністю безкорислива та не вимагає ніяких коштів за свої послуги.

Відповідно до цього також потрібно розуміти, що являється благодійною організацією а що благодійним фондом? Щоб знайти відповідь на це питання необхідно звернутися до законодавства України, яке зазначає, що благодійні організації, цільове прагнення яких є благодійна діяльність можуть мати наступну структуру:

1. Благодійні фонди. Це юридичне формування, що діє на основі статуту, має учасників і контролюється ними. Учасники не мають зобов'язань передавати особисті фінанси та майно для виконання запланованих завдань. Фонд може мати як одного, так і декількох засновників.
2. Товариство. Його засновниками може бути не менше двох громадян.
3. Установа. В цьому випадку один чи декілька засновників передають свої особисті активи для розв'язання актуальних задач, можуть використовуватися й інші джерела фінансування [2].

Благодійність налічує тисячі років своєї історії. Так серед благодійників в давні часи були представники еліти (вчителі, медики і. т. і.), купці, князі, які за свій рахунок відкривали школи для бідних, школи для дівчаток, будували церкви. Особливої уваги потребують церкви і монастирі адже саме в них концентрувалась основна благодійна допомога нужденним. Проте безконтрольна подача милостині, яка частіше всього подавалась при церквах призвела до розвитку професійного жебрацтва. Внаслідок чого благодійністю почали займатися більш централізовано у відповідних установах, а допомога надавалась адресно.

Як свідчить практика, для благодійних фондів характерним є об'єднання людей, іноземних партнерів, приватних осіб і навіть державні структури, задля досягнення спільної мети – світлого майбутнього. До прикладу можна взяти ветеранський відділ благодійного фонду «Повернись живим» [3], що реалізує проєкти зі спортивної реабілітації та розвитку ветеранського підприємництва. «Повернись живим» – співорганізатор міжнародних змагань Invictus Games у Гаазі (Нідерланди) та Warrior games в Орландо (США). Фонд започаткував та розвиває Федерацію ветеранського спорту. Наші проєкти сприяли відновленню близько тисячі учасників війни на Донбасі. У межах програми «Спортивні амбасадори» 14 ветеранів втілили свої регіональні спортивні та менторські проєкти.

Із 2018 р. «Повернись живим» – співорганізатор Міжнародного ветеранського та волонтерського форуму «Там де ми, там Україна». У минулому році БФ провели два форуми ветеранського бізнесу і вперше випробували формат ярмарку для ветеранів-підприємців. Перезапустили роботу Асоціації підприємців ветеранів АТО (АПВА). Нині БФ «Повернись живим» працює над концепцією державної підтримки бізнесу учасників бойових дій спільно з Міністерством у справах ветеранів.

У партнерстві з «БФ Сергія Притули» діє компанія Intellias. Це одна з найбільших українських ІТ компаній, яка об'єднує 2600 спеціалістів. Розробницькі центри компанії

розташовані в Польщі, Україні, Хорватії, Болгарії, Іспанії, Португалії, Колумбії та Індії. Також Intellias представлений у Німеччині, США та Об'єднаних Арабських Еміратах. Intellias надає кошти, спорядження та техніку на потреби українських військових від початку повномасштабного вторгнення. Загальна сума допомоги вже склала близько 30 млн. гривень і щодня зростає. Компанія від початку війни постійно підтримує благодійні фонди та надає підтримку різним підрозділам ЗСУ. Велика частина допомоги була спрямована на закупівлю дронів, необхідного обладнання і захисного спорядження для військових, модернізацію командного та аналітичного центрів Повітряного командування «Захід» [4].

Окрему увагу Intellias приділяє транспортним засобам для ЗСУ, зокрема в рамках проєкту «Авто для захисників», було придбано та передано на фронт 30 позашляховиків для наших військових. Також в рамках проєкту «Екомобільне Літо», який спрямований на популяризацію еко-транспорту, Intellias закуповує для військових спеціалізовані електробайки, мобільні та непомітні для ворога.

Компанія Intellias була заснована в 2002 р. у Львові Віталієм Седлером та Михайлом Пузраковим. В 2018 р. компанія залучила інвестиції Horizon Capital. Перший закордонний розробницький центр Intellias з'явився в Кракові в 2019 р. Щороку фірма здобуває визнання як найкращий IT роботодавець за версіями Forbes, DOU, EY та ін. [4].

Отже, благодійні фонди та організації – це надійний злагоджений механізм, який функціонує завдяки частинкам вкладень кожного з нас. Він допомагає втілювати найсміливіші ідеї найкреативніших особистостей нашої країни. Саме через благодійні внески кожен українець щодня доводить, що його «хата не скраю» і ми нація небайдужих і сміливих людей.

Список використаних джерел

1. Про благодійну діяльність та благодійні організації: Закон України від 05.07.2012 р. URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/5073-17#Text.

2. Що таке благодійний фонд і благодійна організація. 28 грудня 2020. URL: https://entire.com.ua/uk/news/674-shcho-take-blahodiinyi-fond-i-blahodiina-orhanizatsiia.html

3. Міжнародний благодійний фонд «Повернись живим». URL: https://savelife.in.ua/about-foundation/.

4. Intellias у партнерстві з Благодійним фондом Сергія Притули придбав безпілотний авіаційний комплекс Flyeve для збройних сил України. URL: https://it-kharkiv.com/intellias-bezpilotnyj-aviatsijnyj-kompleks-flyeye/.

Тоткало М.А.,
магістрантка спеціальності «Соціальне забезпечення»
Національного університету «Запорізька політехніка»;
Баршацька Г.Ю.,
кандидат соціологічних наук, доцент,
доцент кафедри соціальної роботи та психології
Національного університету «Запорізька політехніка»
Україна, м. Запоріжжя

ОРГАНІЗАЦІЙНО-АНАЛІТИЧНИЙ І ТЕХНОЛОГІЧНИЙ АСПЕКТИ ПРИЙНЯТТЯ УПРАВЛІНСЬКИХ РІШЕНЬ КЕРІВНИКАМИ СОЦІАЛЬНИХ ЗАКЛАДІВ

Прийняття управлінських рішень керівниками соціальних закладів є найважливішою функцією управління, успішне здійснення якої забезпечує досягнення закладами соціальної

сфери своїх цілей. Через невміння якісно і раціонально здійснювати цей процес, через недосконалий механізм його страждає більшість установ і органів соціальної сфери в Україні. Успіх організації, в якій б сфери вона не функціонувала, багато в чому залежить від цього, а тим більше в Україні, де більшість організацій проходять перші етапи свого розвитку і дуже важливо, яку технологію вирішення проблем вони вироблять. Теорія і практика проблем, що виникають у ході управлінської діяльності, виробили загальну логічну послідовність процесів їх вирішення.

1. Ідентифікація і визначення проблеми. Вихідним моментом вироблення рішення вважається виникнення ситуації, яка вимагає його прийняття. Головне завдання даного етапу – оцінити потребу в прийнятті нового управлінського рішення. На цьому етапі прийнятними засобами є: теорія вибіркового методу; кореляційний і факторний аналіз; експертні оцінки; фізичне і математичне моделювання; лабораторні експерименти.

2. Підготовка необхідної інформації. Підготовка та прийняття управлінського рішення передбачає, насамперед, збір та обробку необхідної інформації, яка відіграє визначальну роль у формуванні рішення.

3. Генерування альтернативних варіантів розв'язання проблеми. Однією з характерних рис управлінського процесу є багатоваріантність шляхів переходу системи з одного стану в інший чи можливість прийняття великої кількості різних рішень з однієї і тієї ж проблеми.

4. Визначення критеріїв. Висунення і запровадження за можливості несуперечливих критеріїв внутрішньої (з точки зору даної організації) та кінцевої (суспільної) доцільності тих чи інших дій управлінської системи. Міркування про досягнення певних завдань повинні узгоджуватися з відповідними критеріями рішення. Ними можуть бути політичні, соціальні, економічні критерії ефективності.

5. Аналіз можливих наслідків.

6. Прийняття (вибір) рішення. Це – творчий процес вибору із числа можливих альтернатив єдиного рішення, яке приймається до виконання. Для процесу ухвалення управлінських рішень характерні багатогранність і складність взаємовпливів соціальних, економічних, політичних і технічних факторів та інформації, а тому головна роль у пошуку оптимального чи прийнятного рішення відводиться людині.

У результаті визначається відповідальність тих, хто приймав рішення, за компетентність, якість, своєчасність прийнятого рішення та виконавців – за ступінь адекватності його виконання. Крім того, цей етап дає змогу виявити міру реалізації соціальних інтересів, які були виражені в управлінському рішенні.

В управлінській практиці застосовуються три методи групового ухвалення рішень, завдяки яким можна уникнути деяких недоліків цього підходу. Вони сприяють розширенню відкритості процесу і значно обмежують негативний вплив індивідуума чи проблем групового мислення.

1. Колективне обговорення проблем за умов повної свободи висунення проєктів рішення. Цей метод сприяє відкритості процесу групового ухвалення рішень. Він особливо придатний при вирішенні нестандартних проблем, що потребують новаторських, творчих рішень.

2. Умовно груповий метод. Він відрізняється від попереднього підходу обмеженням міжособистісного спілкування в процесі ухвалення рішень. Тут переважають індивідуальні зусилля членів групи у виробленні проблемних рішень. Цей метод сприяє досягненню згоди без особливо гострих дискусій і обговорень.

3. Метод експертних оцінок «Дельфі» (клас методів групових експертних оцінок, уперше застосованих у США в 1964 р.). Він застосовується у тому випадку, коли члени групи фізично не можуть бути присутніми в одному місці. Дельфійський метод є більш тривалим порівняно з попереднім умовно груповим методом.

Отже, управлінське рішення являє собою соціальний акт, підготовлений на основі

варіантного аналізу і прийнятої у встановленому порядку оцінки, що має директивне значення, який містить постановку цілей і обґрунтування засобів їх реалізації та організовує практичну діяльність суб'єктів і об'єктів управління, спрямовану на досягнення вказаних цілей. Управлінське рішення – це результат системної діяльності людей і продукт когнітивної (опосередкованої пізнавальними факторами), емоційної, вольової, мотиваційної природи – синтезу психічних процесів, які мають вихідну регулятивну спрямованість. Управлінське рішення – це вольовий акт особи, що його приймає, оформлений у вигляді документа (нормативно-правового акту).

Можна виділити такі основні блоки процесу вироблення управлінських рішень: виникнення ситуації, яка вимагає прийняття рішення; підготовка необхідної інформації; підготовка та оптимізація майбутнього рішення; прийняття (вибір) рішення; організація виконання прийнятого рішення. Управлінські рішення мають свою специфіку: рішення та їх наслідки зачіпають багатьох людей і можуть зберігати силу впливу на досить тривалий час; ухвалення рішень є особистою функцією керівника, який повинен виконувати її в процесі управлінської праці та нести відповідальність за наслідки рішень; рішення займає в процесі управління центральне місце. В літературі зазначається, що всі інші функції управління (планування, прогнозування, контроль, облік і т. д.) спрямовані на формування і реалізацію рішень.

Тоткало М.А.,
магістрантка спеціальності «Соціальна робота»
Національного університету «Запорізька політехніка»;
Серга Т.О.,
кандидат соціологічних наук, доцент,
доцент кафедри соціальної роботи та психології
Національного університету «Запорізька політехніка»
Україна, м. Запоріжжя

СОЦІАЛЬНО-ПСИХОЛОГІЧНІ ПРОБЛЕМИ ЛЮДЕЙ ПОХИЛОГО ВІКУ

За останнє десятиріччя великого значення набуває вивчення проблем старіння та старості. Пов’язане це не тільки з демографічними й культурно-історичними змінами, які відбуваються в усьому світі. Велике зростання частки літніх та престарілих людей в загальній структурі населення впливає на різноманітні сфери життєдіяльності, торкаючись областей політики, економіки, медицини, суспільно-соціальних інститутів. Старіння населення більшості країн, України в тому числі, ставить питання та піднімає нові проблеми перед наукою та практикою.

Враховуючи складність демографічної ситуації в Україні, тенденцією якої є постійне зменшення численності населення і його природного приросту, з року в рік зростає кількість громадян похилого віку, інвалідів, осіб, які потребують стороннього догляду і підтримки Постійна увага до проблем старіючих людей в нашій країні допомагають розглянути їх актуальність, і також, зрозуміти, що старість, старіння є невід’ємною частиною оточуючої реальності.

У сучасній науці існують різні точки зору на старість та старіння, процеси притаманні їм. «Багатоплановість процесу старіння не дозволила до цього часу створити єдину теорію, яка б дозволила науково обґрунтувати всі аспекти цього процесу» – пишуть К. П. Кискер, Г. Фрайбергер, Г. К. Розе та ін. автори керівництва з психіатрії, психосоматики, психотерапії.

Існують різні класифікації похилого віку. У статистиці, наприклад, найбільш часто використовують класифікацію Б. Урланіса [1]: 60 – 69 років – літній вік; 70 – 79 років – рання старість; 80 – 89 років – повна старість; 90 років і більше – глибока старість.

Старість неможливо зафіксувати як одночасну подію: старіння – процес довготривалий. Не існує межі, яка відокремлює старість від середнього віку; старіння індивідів та їх окремих груп протікає не однаково: у одних воно починається раніше, у інших – пізніше. До того ж збільшення середньої тривалості життя – це характерне явище сучасної епохи – змінює погляди на вікову періодизацію.

Старість – важлива психологічна проблема. Зацікавленість до психології старості значно підвищилась в останнє десятиріччя. Подальше зростання демографічного старіння, проблеми пов'язані з ним будуть ставати ще більш актуальними. У зв'язку зі зміною життєвої перспективи люди похилого віку зазвичай відчувають психологічний дискомфорт, депресії, інколи навіть психічні розлади. Негативні емоції, в свою чергу, прискорюють процеси старіння. Дуже важливо, щоб суспільство набуло розуміння того, що вік понад 60 років – це не час очікування смерті, а етап повноцінного життя.

У людей похилого віку часто наступає період самотності. Під самотністю в геронтології розуміють тяжке відчуття розриву з оточенням, що збільшується, острах наслідків самотнього способу життя, важке переживання, пов'язане з втратою істотних життєвих цінностей чи близьких людей, марність і непотрібність власного існування.

Отже проблема старіння – це проблема гармонійного функціонування біологічної системи, яка неможлива без відповідного соціально-психологічного відстеження і відповідної адаптації людини в оточуючому її соціальному просторі.

Основним показником до виходу на пенсію є прийняття старіння як нормального явища, а вихід на пенсію – відпочинок після багатьох років праці. Мірою адаптації до пенсійного періоду є активність та вміння заповнювати свій вільний час. Активність має бути відповідною до можливостей людей похилого віку: якщо вона надто висока, це свідчить, скоріш за все, про погане пристосування, відображаючи потребу людини демонструвати, що вона ще молода.

Похилий, передпенсійний вік – це очікування та підготовка до пенсії, припинення активної діяльності, бажання виховати, підготувати собі достойну заміну на роботі. Наприкінці передпенсійного періоду спостерігається бажання вибрати собі справу, якось спланувати подальше життя.

Основними напрямками роботи з людьми похилого віку є: соціальна допомога, соціальне обслуговування, соціальна реабілітація, соціальна профілактика.

Соціальна допомога – це забезпечення в грошовій або натуральній формі, у вигляді послуг або пільг, які надають згідно з законодавчо встановленими державою соціальними гарантіями. Соціальна допомога має характер періодичних та одноразових грошових виплат, натуральної допомоги та послуг з метою надання диференційованої підтримки тим категоріям старих людей, які опинилися в критичній життєвій ситуації, або терплять нужду, викликану несприятливими соціально-економічними умовами.

Соціальне обслуговування – це сукупність соціальних послуг, які надаються громадянам похилого віку в домашніх умовах або спеціалізованих закладах. Воно вміщує в себе соціально-побутову та морально-психологічну підтримку.

Соціальна реабілітація людей похилого віку – це система заходів, спрямованих на відновлення порушених чи втрачених суспільних зв'язків та відносин внаслідок стану здоров'я зі стійкими розладами функцій організму, зміни соціального статусу, забезпечення збереження їх здатності до роботи, або полегшення реінтеграції в суспільство, а також незалежного існування.

Соціальна профілактика ґрунтується на виявленні несприятливих психолого-педагогічних чинників, які зумовлюють відхилення у психічному та соціальному розвитку людей похилого віку, в їхній поведінці, стані здоров'я, організації життєдіяльності.

Зростання частки людей похилого віку у більшості країн світу робить непридатним традиційне ставлення до проблем старіння та здатності людей адаптуватися до цього процесу. Найбільш важливі цінності, до яких слід прагнути, це економічна захищеність, психосоціальний добробут та почуття задоволеності здоров'ям. Активна старість потрібна не тільки самій людині, але й суспільству в цілому, що дозволяє повніше використовувати досвід старших поколінь та становленню більш благополучного морально-етичного клімату.

Список використаних джерел

1. Чайковська В. Геріатрична допомога населенню України. *Соціальна геронтологія.* 2020. № 6. С. 89–99.

СЕКЦІЯ 5
СОЦІАЛЬНА РОБОТА З МІГРАНТАМИ

Дупліна М.О.,
магістрантка спеціальності «Соціальна робота»
Національного університету «Запорізька політехніка»;
Щербина С.С.,
кандидат соціологічних наук, доцент,
доцент кафедри соціальної роботи та психології
Національного університету «Запорізька політехніка»
Україна, м. Запоріжжя

НАПРЯМКИ СОЦІАЛЬНОЇ РОБОТИ ІЗ ВНУТРІШНЬО ПЕРЕМІЩЕНИМИ ОСОБАМИ (ВПО) У ПРИЙМАЮЧИХ ГРОМАДАХ

На формування моделі сучасної соціальної роботи в Україні впливає багато чинників, але, на нашу думку, найбільш впливовішими сьогодні є: по-перше, військова агресія з боку Росії сприяла появі великої кількості нових вразливих верств населення, які потребують соціальної і психологічної допомоги з боку соціальних служб – учасників бойових дій, вимушених переселенців тощо, і, по-друге, процеси децентралізації, що вимагає модернізацію системи надання соціальних послуг на рівні об'єднаних територіальних громад (ОТГ), включаючи соціальну підтримку внутрішньо переміщених осіб (ВПО) у приймаючих громадах.

24 лютого 2022 року повномасштабний збройний напад РФ на Україну позначився і на функціонуванні сфери соціального захисту населення, мобілізувавши ресурсний потенціал системи соціальної роботи і соціального обслуговування і переформатувавши пріоритети надання соціальної допомоги і соціальних послуг, а Указ Президента України «Про введення воєнного стану в Україні» [2] актуалізував потребу у формуванні ефективної моделі соціальної роботи з внутрішньо переміщеними особами в умовах особливого періоду і воєнного стану.

Внутрішньо переміщені особи — особи, змушені раптово тікати зі своїх будинків у великих кількостях в результаті збройного конфлікту, внутрішньої ворожнечі, систематичних порушень прав людини або стихійних лих і знаходяться на території власної країни [1].

Психологічними наслідками бойових дій чи перебування в окупації є їхній вплив на різні рівні психічного функціонування – емоційний стан, поведінку, взаємовідносини. Вони можуть бути пов'язані з: 1) проблемами, що існували раніше (психічні розлади, зловживання алкоголем або іншими хімічними речовинами); 2) проблемами, які виникли внаслідок дії цих факторів (непатологічний дистрес, психічні розлади: депресія, ПТСР, тривожні розлади, розлади адаптації); 3) проблемами, що виникли внаслідок надання гуманітарної допомоги (наприклад, через нестачу інформації про можливість отримати ту чи іншу допомогу тощо).

Соціальні наслідки можуть стосуватися: 1) проблем, що існували раніше (бідність, належність до соціальних груп, які зазнають стигми та дискримінації в суспільстві); 2) проблем, які виникли внаслідок дії цих факторів (руйнування сімейних зв'язків, порушення соціальних мереж, знищення структури та ресурсів громади, зниження рівня довіри, збільшення проявів тендер но зумовленого насильства тощо); 3) проблем, що виникли внаслідок надання гуманітарної допомоги (руйнування традиційних механізмів підтримки, зневіра в чесності та відкритості організацій, які надають допомогу).

Розвиток соціальної роботи в громаді дозволить підвищити здатність членів територіальної громади до самоорганізації, що сприятиме формуванню включення

внутрішньо переміщених осіб (ВПО) в життя приймаючої територіальної громади, їх соціальну адаптацію, реабілітацію і соціалізацію.

Серед ключових завдань адаптації ВПО в приймаючих громадах на перших позиціях перебувають, безумовно, соціально-економічні, які сформують позитивний мотив як до участі в суспільно-політичному житті, так і до повернення на місця постійного проживання. Тому пріоритетними напрямами адаптації ВПО є відновлення соціального статусу і формування установок щодо пристосування до нових умов, повернення до нормальної життєдіяльності, подолання психофізіологічних травм, стресового стану, соціальної апатії, втрати віри у майбутнє та позитивне сприйняття дійсності й формування активної життєвої позиції. Також важливим завданням програми є поєднання інтересів ВПО та інтересів розвитку громад, до яких вони інтегруються або повертаються.

На рис. 1 представлено основні напрямки соціальної роботи і надання соціальних послуг ВПО у приймаючих громадах (за результатами контент-аналізу відповідей експертів).

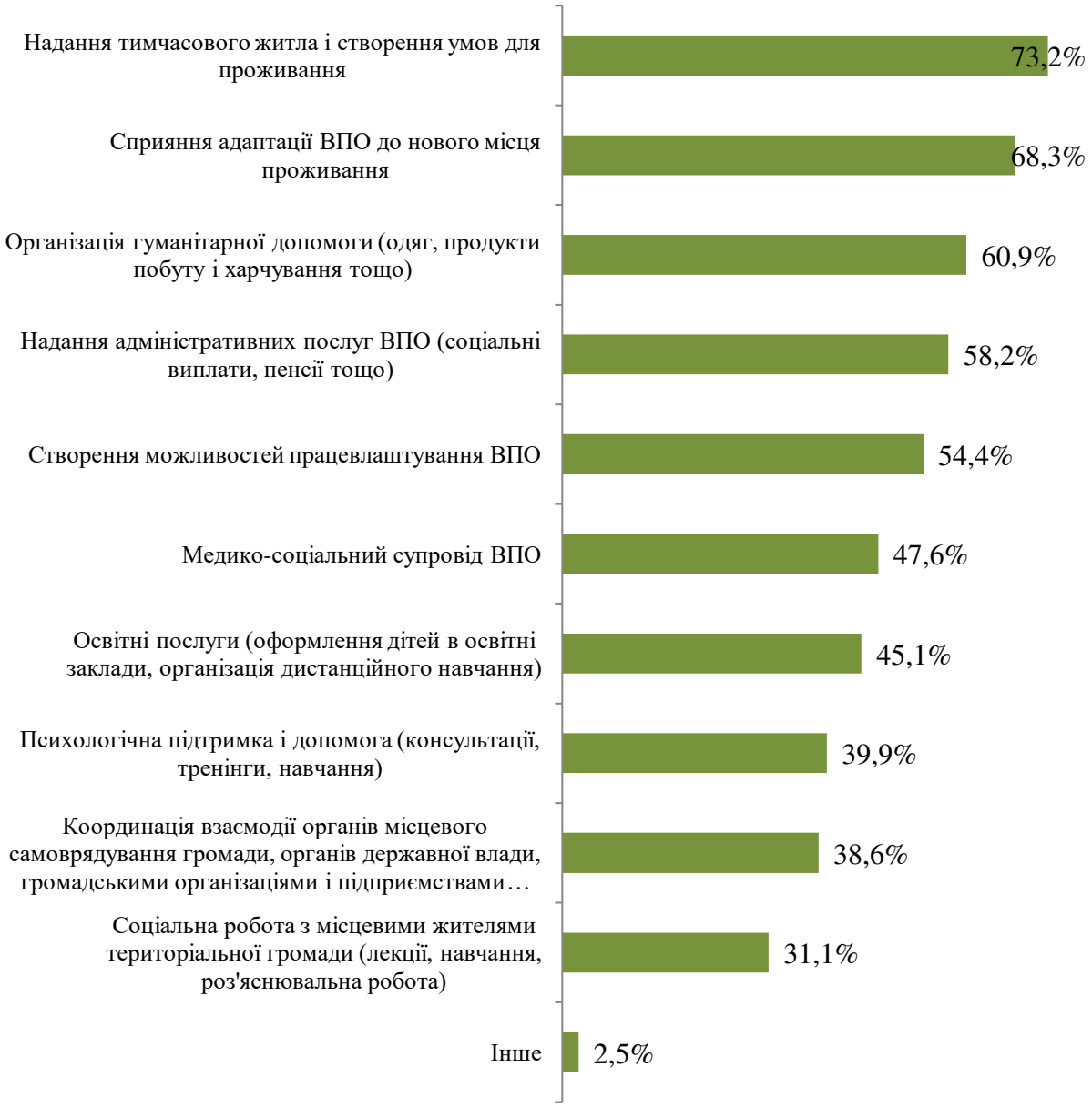


Рис. 1. Напрямки соціальної роботи і надання соціальних послуг ВПО у приймаючих громадах

Таким чином, виокремлено основні напрямки соціальної роботи з ВПО у приймаючих громадах (подано за показником значимості): надання тимчасового житла і створення умов для проживання; сприяння адаптації ВПО до нового місця проживання; організація гуманітарної допомоги (одяг, продукти побуту і харчування тощо); надання адміністративних послуг ВПО (соціальні виплати, пенсії тощо); створення можливостей працевлаштування ВПО, медико-соціальний супровід ВПО; освітні послуги (оформлення дітей в освітні заклади, організація дистанційного навчання); психологічна підтримка і допомога (консультації, тренінги, навчання); координація взаємодії органів місцевого самоврядування громади, органів державної влади, громадськими організаціями і підприємствами на території громади в організації соціальної підтримки ВПО; соціальна робота з місцевими жителями територіальної громади (лекції, навчання, роз'яснювальна робота).

Список використаних джерел

1. Керівництво МПК з психічного здоров'я та психосоціальної підтримки в умовах надзвичайної ситуації. Київ : Унів. вид-во ПУЛЬСАРИ, 2017. 216 с.

2. Указ Президента України №64/2022 «Про введення воєнного стану в Україні». URL: https://www.president.gov.ua/documents/642022-41397.

Соляник М.Г.,
кандидат педагогічних наук, старший викладач
кафедри соціальної освіти та соціальної роботи
Національного педагогічного університету імені М.П.Драгоманова
Україна, м. Київ

СОЦІАЛЬНО-ПРАВОВИЙ ЗАХИСТ ТИМЧАСОВО ПЕРЕМІЩЕНИХ СІМЕЙ В УМОВАХ ВОЄННОГО СТАНУ

Сім'я відображає людину не тільки як біологічну істоту, але і як громадянина держави, члена соціуму, оскільки саме в сім'ї, перш за все, відбувається соціалізація особистості.

Окремі аспекти соціальної роботи з сім'єю були предметом наукових досліджень як українських (І. Братусь, Т. Веретенко, Л. Вінникова, О. Заболотна, З. Кияниця, Г. Лактіонова, С. Нечипоренко, Н. Побірченко, В. Поліщук, Г. Попович, І. Трубавіна, Т. Шанськова, П. Шевчук), так і російських (В. Бочарова, М. Галузова, О. Кодатенко, Л. Нікітіна, Л. Оліфіренко, Т. Трегубова, Є. Холостова) науковців.

Проблематика мігрантів, біженців, переселенців містить широке коло теоретичних та практичних питань. Тому проблематика відповідного висвітлюються у різних сферах наукових досліджень: освітньої парадигми міграції (В. Коновальчук, А. Шацька), історико-правової (В. Андрієнко, О. Зайцева, Ю. Моргун, О. Піскун, А. Похлєбаєва), етнологічної (Ю. Арутюнян, Ю. Бромлей), соціологічної (О. Малиновська). Потреби та проблеми ТПО у різних країнах світу вивчали Е. Ліндгрен, Д. Гінес, Р. Балетто та інші. Особливості соціально-психологічної адаптації тимчасово переміщених осіб до нового етнокультурного середовища висвітлені у працях Дж. Беррі, В. Грищенко, Г. Солдатова, А. Фернхем.

Щодо особливостей соціальної роботи з вимушеними переселенцями з Криму та зі Сходу України, то дана проблематика тільки стає об'єктом пильної уваги вітчизняних науковців і практиків. Зокрема, різним аспектам її висвітлення присвячені праці таких науковців, як Н. Гусак, І. Звєрєва, В. Маслова, Т. Семигіна, І. Трубавіна та ін.

На сьогодні питання допомоги внутрішньо переміщених сімей є найбільш актуальним, у зв'язку з воєнними подіями в країні.

Сучасна сім'я знаходиться у нелегких умовах. Суспільство повинно непокоїтися тим, що наслідки до яких призведе цей кризовий стан, вплинуть, насамперед на рівень сімейних відносин, мікроклімат сім'ї, а особливо на виховання дітей [1].

Поняття «тимчасово переміщеної особи» було вперше нормативно утверджене в Законі України «Про забезпечення прав і свобод тимчасово переміщених осіб» від 20 жовтня 2014 року, чинного від 22 листопада 2014 року (абзац 1 частини 1 статті 1). Відповідно до закону «тимчасово переміщеною особою є громадянин України, іноземець або особа без громадянства, яка перебуває на території України на законних підставах та має право на постійне проживання в Україні, яку змусили залишити або покинути своє місце проживання у результаті або з метою уникнення негативних наслідків збройного конфлікту, тимчасової окупації, повсюдних проявів насильства, порушень прав людини та надзвичайних ситуацій природного чи техногенного характеру» [2].

Серед нормативно-правових актів, які регулюють соціально-правовий, соціально педагогічний, психологічний захист зазначеної категорії можемо відзначити наступні: Закон України «Про забезпечення прав і свобод внутрішньо переміщених осіб», Закон України «Про затвердження Указу Президента України «Про затвердження воєнного стану в Україні», Постанова Кабінету Міністрів України «Про порядок оформлення і видачі довідки про взяття на облік внутрішньо переміщеної особи», Постанова Кабінету міністрів України «Про порядок надання допомоги на проживання внутрішньо переміщеним особам», Постанова Кабінету Міністрів України «Про порядок компенсації витрат за тимчасове розміщення внутрішньо переміщених осіб, які перемістилися у період воєнного стану і не отримують щомісячної адресної допомоги внутрішньо переміщеним особам для покриття витрат на проживання, в тому числі на оплату житлово-комунальних послуг» тощо.

Відповідно до Закону України «Про забезпечення прав та свобод внутрішньо переміщених осіб» від 20.10.2014 № 1706-VII внутрішньо переміщені особи мають право на захист сімейних стосунків (єдність родини; сприяння органами державної виконавчої влади, органами місцевого самоврядування та суб'єктами приватного права у пошуку та возз'єднання членів сімей, які втратили зв'язок; інформацію про долю та місцезнаходження зниклих членів сім'ї та близьких родичів); на безпечні умови життя (безпечні умови життя та здоров'я; достовірну інформацію про наявність загрози для життя та здоров'я на території її покинутого місця проживання, а також там де вона поселена тимчасово; створення належних умов для її проживання); на забезпечення житлом; на медичну допомогу; на освіту та на соціальну підтримку (отримання послуг за місцем перебування; сприяння у поверненні на попереднє місце проживання; безкоштовний проїзд, отримання гуманітарної допомоги та ін.) [2].

Крім того внутрішньо переміщені особи мають пільги при працевлаштуванні, освітні пільги, соціальні пільги тощо.

Отже, ми бачимо, що на різних рівнях з внутрішньо переміщеними сім'ями здійснюється соціально-правова та соціальна робота через систему взаємодії соціальних органів держави і суспільства та сім'ї, спрямованої на поліпшення матеріально-побутових умов життєдіяльності сім'ї, розширення її можливостей у здійсненні прав і свобод, визначених міжнародними та державними документами, забезпечення повноцінного фізичного, морального й духовного розвитку усіх її членів, залучення до трудового, суспільно-творчого процесу.

Список використаних джерел

1. Батіщева Г.О., Зайцева З.Г. Робота соціальних служб для молоді з молодою сім'єю. Методичні рекомендації. Київ : А.Л.Д.,1996. 367 с.

2. Про забезпечення прав і свобод внутрішньо переміщених осіб : Закон України від 20 жовтня 2014 р. № 1706-VII (у попередніх редакціях до 13 січня 2016 р.). URL: http://zakon4.rada.gov.ua/laws/card/1706-18

НАПРЯМ:
СОЦІАЛЬНІ КОМУНІКАЦІЇ

СЕКЦІЯ 1
ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГІЧНІ І ПРИКЛАДНІ ПРОБЛЕМИ СУЧАСНОЇ ЖУРНАЛІСТИКИ

Бут К.О.,
аспірантка кафедри журналістики
Запорізького національного університету;
Чернявська Л.В.,
доктор наук із соціальних комунікацій, доцент,
завідувач кафедри журналістики
Запорізького національного університету
Україна, м. Запоріжжя

ВИСВІТЛЕННЯ ПРОТЕСТНИХ РУХІВ У МЕДІА: ВИКЛИКИ БЕЗПЕКИ

Сучасні протестні рухи в Україні та світі є не тільки потужним поштовхом до розвитку демократії, висловленням волевиявлення народу та/або сильними політичними, соціальними чи культурними рушіями прогресу. Більше того, вони привертають увагу й інтерес засобів масової інформації. Масмедіа відтворюють ці важливі події, поширюючи їх ідеї та пояснюючи ці явища через свої канали комунікації, фіксуючи їх у часі та просторі. Журналістика як соціальна галузь орієнтується на своїх споживачів, тож відтворює такі значимі події, як протестні рухи, для задоволення інформаційних потреб своєї аудиторії, формування громадської думки та відчуття приналежності, самоорганізації суспільства та соціальної критики негативних явищ дійсності. Нерідко репортери й самі стають чи не найактивнішими учасниками тих або інших суспільних реакцій. Відтак, медіареальність стає складником протестних рухів, їх невід'ємною частиною.

Варто також зауважити, що протестні рухи знаходять відображення не лише у традиційних медіа, але і в соціальних. Навіть більше: завдяки соціальним медіа сучасні протестні рухи еволюціонують та стають більш дієвими. Так, до прикладу, дослідники Т. Поел і Х. ван Дейк зауважують, що «Активність користувачів соціальних медіа лежить в основі фундаментальної трансформації активізму <...> платформи соціальних мереж створюють більш широкі, розподілені форми протестної мобілізації, організації та комунікації» [7].

Немає жодного сумніву у тому, що висвітлення протестних рухів потребує від журналіста та/або блогера володіння цілим комплексом знань навичок, зокрема: розуміння поточної політичної ситуації в країні, її історії та традицій, критичного мислення, аналітичного складу розуму, базових навичок фактчекінгу, навички сторітелінгу. Не менш важливим є відповідність професійним стандартам: «достовірність, перевірка фактів у кількох джерелах, точність, повнота, актуальність, неупередженість, редакційна незалежність у виборі тем та героїв матеріалів, етичність та баланс» [1]. Деякі потужні гравці медіаринку, турбуючись про безпеку своїх співробітників, вимагають від журналістів знання правил поводження у натовпі та роботі у неконтрольованому середовищі. До прикладу, журналісти

ВВС «<...> повинні пройти курси з охорони громадського порядку, перш ніж їх відправляють на заворушення або ситуацію, яка може перерости в них» [9].

Інститут масової інформації України опублікував кілька правил безпеки для журналістів, що висвітлюють протестні рухи, серед яких, зокрема, планування роботи на події заздалегідь, завчасне ознайомлення з локацією, наявність чіткої ідентифікації журналіста як працівника медіа, наявність домовленості з редакцією про роботу на події, координація з іншими журналістами, комфортний одяг і захист для очей, наявність аптечки та мінімальних запасів їжі та води тощо [4].

Тенденції щодо безпеки журналістів, що висвітлюють протести, є невтішними. Так, до прикладу, Організація Об'єднаних Націй з питаннях освіти, науки і культури зазначає, що «В останні роки частішими стали утиски, арешти та фізичне насилля поти журналістів з боку, найчастіше, державних силових структур і, рідше, з боку учасників протестів. Такі атаки на журналістів підривають свободу друку та свободу вираження поглядів у багатьох країнах. <...> різноманітні атаки на журналістів були зафіксовані у 65 країнах. За інформацією Обсерваторії з вбивств журналістів, створеною ЮНЕСКО, з початку 2015 року під час висвітлення протестів загинули, щонайменше, десять журналістів» [11].

Утім, навіть дотримання правил поводження на масових заходах і знання основ самозахисту не завжди є гарантією безпеки працівників медіа. Розглянемо це на прикладі кількох сучасних конкретних кейсів.

До прикладу, у період Євромайдану постраждало чимало журналістів. Так, до прикладу, 18 лютого під час висвітлення вуличних боїв у центрі Києва постраждали 28 журналістів: Максим Требухов, Олександр Михельсон, Леонід Коваленко, Євген Котенко, Гліб Гаранич, Азад Сафаров і Сергій Клименко, Анатолій Морозов, Олександр Козаченко, Алла Хоцянівська і Артем Багров, Андрій Гудзенко, Олексій Чернишов, Олексій Бик, Олена Максименко, Сергій Головньов, Кирило Чуботін, Володимир Бородін, Ярема Городчук, Олексій Кондаков, Ігор Липинський, Іван Любиш-Кірдей, Максим Кудимець, Маріанна Харді, Ігор Волосянкін, Ігор Кримов, Віктор Гаценко, Олена Білозерська. Усі ці працівники медіа були побиті «Беркутом», міліцією, «тітушками», охороною Партії регіонів або навіть зазнали поранень. Про них повідомляло видання Lb.ua [5]. Кількох журналістів було вбито.

У Казахстані, за повідомленнями Укрінформу із посиланням на Представницю ОБСЄ з питань свободи ЗМІ Дунью Міятович, «На акціях протесту проти поправок до земельного законодавства 2016 року були затримані кілька десятків активістів, а також журналісти низки видань, включаючи казахстанський підрозділ «Радіо Свобода» і «Новой газеты». Також були затримані співробітники агентств Інтерфакс-Казахстан та ТАСС» [2].

Кейс, що демонструє силу медіа на формування протестних рухів, стався у Словаччині у 2019 році. Тоді було вбито журналіста-розслідувача Яна Куцяка, який працював репортером сайту новин Aktuality.sk, та його наречену Мартіну Кушнірову. Вбивство спричинило масові протести і дестабілізацію по всій країні [10]. У тому ж році французькі антиурядові протестувальники (так звані «жовті жилети» побили журналістів.

На протестах в Ірані 2022 року було затримано щонайменше 28 журналістів, які системно висвітлювали порушення прав людини у країні. Серед них і працівниця медіа Нілуфар Хамеді, яка повідомила про жорстоке вбивство поліцією моралі 22-річної Махси Амеді. Зокрема, як повідомляє видання Дзеркало тижня, «Усі журналісти затримані силами безпеки Ірану. Хамеді, за словами її адвоката, після обшуку в неї службою розвідки та арешту, вже кілька тижнів перебуває у одиночній камері у в'язниці, жодних звинувачень їй досі не висунуто» [6].

Таким чином, висвітлення протестних рухів були, є та залишаються актуальними та важливими темами для висвітлення медіа. Утім, безпекові питання все ще є справжнім викликом у роботі журналістів на таких подіях. На нашу думку, у галузі сучасної прикладної

журналістики варто виділити більше уваги до питання підготовки працівників і працівниць ЗМІ до роботи на акціях спротиву та у натовпі. Відповідно, ця тема має бути більш детально розглянуто й у науково-освітньому просторі, зокрема, й під час підготовки майбутніх фахівців комунікацій. У своїх подальших публікацій ми плануємо приділити більше уваги правилам поведінки журналістів під час планування та безпосередньої участі на акціях спротиву, протестних рухах, демонстраціях, страйках тощо.

Список використаних джерел

1. Кур'ята Н. Сучасні стандарти професійної журналістики. *Інститут масової* інформації. 26.11.2021. URL: https://bit.ly/3S2fDoE

2. ОБСЄ обурена затриманням журналістів у Казахстані. Укрінформ. 21.05.2016. URL: https://bit.ly/3MBqgOf

3. Ткаченко М. Жертвами репресій в Ірані стали щонайменше 28 журналістів. Дзеркало тижня. 11.10.2022. URL: https://bit.ly/3F50MHp

4. 14 практичних порад щодо поведінки на акціях протесту. Пам'ятка для журналістів. 25.11.2013. Інститут масової інформації. URL: https://bit.ly/3VxPGQP

5. 28 журналістів постраждали у вуличних боях у Києві (список, оновлюється). Lb.ua. 19.02.2014. URL: https://bit.ly/3CIpkCS

6. De Clercq, Geert, Carriat, Julie. French media denounce violent 'yellow vest' attacks on press (2019). Reuters. URL: https://reut.rs/3EO4NzK

7. Poell, Thomas & José van Dijck (2018). Social Media and new protest movements. The SAGE Handbook of Social Media. Edited by Jean Burgess, Alice Marwick & Thomas Poell. London : Sage. P. 546-561.

8. Castells, Manuel (2012). Networks of outrage and hope – social movements in the internet age. Chichester, UK : Wiley, 298 pp

9. Demonstrations, Protests, and Crowds. BBC Safety. URL: https://bbc.in/3MyMlNj

10. Rezaian, Jason (26 лютого 2018). Police believe a journalist was killed for reporting on fraud in the heart of Europe. Washington Post. URL: https://wapo.st/3s2059P

11. Smyth, Frank. Safety of journalists covering protests : preserving freedom of the press during times of turmoil (2020). Paris : UNESCO, 17 pp

Волинець Г.М.,
кандидат філологічних наук, доцент,
доцент кафедри журналістики
Національного університету «Запорізька політехніка»
Україна, м. Запоріжжя

ОНЛАЙН-ЖУРНАЛ «УКРАЇНКИ» В ПАРАДИГМІ СУЧАСНИХ ЖІНОЧИХ ВИДАНЬ

Журнали, призначені для жінок, мають різні назви, але всіх їх поєднує одне: на сторінках глянцевих видань написано про проблеми, які хвилюють переважну більшість сучасних жінок. Типологічна парадигма гендерно маркованої преси в Україні кінця XX – початку XXI століття – яскравий приклад динамічних змін у сфері друкованих мас-медіа, індикатор гендерних трансформацій у національних ЗМК, в українському та інших суспільствах. Стать, як типоутворювальна ознака, відіграє важливу роль у формуванні формату видання.

Жіночі видання стали предметом дослідження таких вчених, як Н. Клименко, Л. Дускаєва, О. Пода, О. Орлик, Я. Мамалигіна та інші, які розглядали питання типологізації і

жанрології жіночих журналів, вербальний та візуальний контент. Так, О. Орлик зазначає, що у сучасних жіночих виданнях велика частка публікацій присвячена взаєминам чоловіків і жінок, фінансовому становищу сім'ї, моді, одягу, прикрасам, любові та сексу, світському життю жіночої еліти, дизайну квартири та ремонту, сфері обслуговування, торгівлі та послугам. Через особливості аудиторії, її психологічного складу жіночим виданням притаманна характерна стилістика. Манера жіночої преси вимагає особливо м'якої тональності, доброзичливого душевного настрою [2, 34–38].

Ринок видань для жінок в Україні формується переважно міжнародними брендами, що, звичай, позначається на суті та якості гендерного світу, вибудованого на сторінках журналів. Втім, сьогодні асортимент значно розширився, в першу чергу, й завдяки можливості виходу в онлайн. Інтернет-видання в Україні з'явилися у 1999 р., і всі минулі роки відбувався початковий етап формування цієї групи медіа як такої. На сьогодні у віртуальний простір перейшли усі «традиційні» ЗМІ: і преса, і радіо, і телебачення. Окрім того, почали з’являтися видання, які функціонують виключно в онлайн-форматі; серед таких – і журнал для жінок «Українки». Засновницею і шеф-редакторкою видання стала Віта Пасічник: вона десять років працювала в журналі «Натали», два роки – у VogueUA; крім того, займається проєктом Wedding Fashion Ukraine. На думку шеф-редакторки, «Наше видання (Ukrainky.com) про українок – про нас з вами. Для українок – таких, як ми самі. Про українське. Марки, культуру, моду і навіть секс-шопи» [1]. Це українське щоденне інтернет-видання, що висвітлює як місцеві події та новини, так і музику, кіно, літературу, моду, жіночий бізнес (зокрема, успішні українські стартапи) тощо. Журнал орієнтований виключно на локальний український контент, а також на жіночу аудиторію віком 25-45 років. Видання почало свою роботу з 2018 року і функціонує до сьогодні [3].

Інтернет-видання «Українки» має низку переваг, на відміну від паперових журналів. Жанр «мережевої» преси визначається специфікою Інтернету як медійного середовища й особливостями сприйняття інформації з екрана монітора. Зокрема, це гіпертекстові посилання, що забезпечують доступ до архівів та інших електронних ресурсів, а також мультимедійність, що слугує додатковим прийомом популяризації інформації. Таким чином, читач має справу не з лінійним текстом, а з розширеним обсягом інформації.

Інтернет-видання «Українки» є своєрідною універсальною енциклопедію сучасної жінки. Журнал має 5 основних рубрик: «Діяльні», «Мудрі», «Доглянуті», «Хазяйновиті», «Життєлюбні», де надаються поради, що читати і яке кіно дивитися, як одягатися для співбесіди і які парфуми дарувати коханому чоловікові, як обрати модний одяг тощо. Але найголовніше, журнал демонструє гнучкість: останнім часом з’являються публікації на теми війни в Україні. Редакція оприлюднює актуальні матеріали, необхідну важливу нагальну інформацію. Так, з’явився проєкт «Українки на захисті життя», в якому розповідають про «звичайних» жінок, що роблять важливі речі (на таких жінках тримається тил): «Альона Данілова – журналістка, яка створила "Жіночий батальйон"», «Ірина Язова – лікарка, що рятувала життя і приймала пологи в окупованій Бучі», «Юлія Стефанюк – лідерка "Продуктової місії", яка у Львові годувала біженців», «Наталія Песоцька – вихователька, що врятувала 30 дітей з притулку» тощо.

Цікавим є візуальний ряд цього онлайн-видання. У журналі «Українки» основні візуальні образи будуються на портретних фото, але на відміну від багатьох інших глянцевих журналів, видання активно використовує не лише постановкові, але й репортажні світлини: демонстрація зафіксованої миттєвості «без прикрас», у реальних життєвих обставинах. У рубриці «Діяльні» представлені образи жінок, які руйнують стереотипи щодо вибору професії: журнал розповідає про жінок-далекобійниць, жінок-пілотес, жінок-снайперів, жінок-яхтсменів тощо. Дібрані фотографії презентують жіночність і красу, естетику і витонченість у т.зв. «чоловічих» професіях.

Рубрика «Мудрі» розкриває психологію стосунків: видання пропонує не лише сучасні моделі взаємин чоловіка та жінки, але й подає ретроспективи (наприклад, «Кого насправді кохали Франко, Гребінка і Теліга. Маловідомі романтичні й патологічні романи українських письменників»). Цей розділ містить гламурні постановкові світлини: портрети жінок-моделей представляють образи успішних, стильно вбраних леді з бездоганними зачісками та макіяжем. У цій рубриці представлені також ретрофотографії.

У розділі «Доглянуті» подано поради щодо догляду за собою: інформація про дієти, рецепти, моду, косметику, здоров'я і красу. Фотографії дібрані відповідно до теми: естетика обличчя з маскою; молоді, доглянуті руки з нанесеним кремом; варіанти комбінування різних елементів одягу – на бездоганних моделях тощо.

Рубрика «Хазяйновиті» презентує, в основному, рецепти, тому ілюстраціями є фотонатюрморти. Такі зображення теж можна віднести до Lifestyle-фотографія, оскільки вони пропагують естетику сервірування столу, прикрашання страви, додавання декору тощо. Крім того, тут є світлини, які демонструють образ «домашнього затишку»: облаштування кухні, вітальні та інших приміщень. Саме в цій рубриці є фото, що пропагують ідеальну картинку не лише свята (вся сім'я разом за святковим столом, або біля ялинки), але й повсякденності (прибирання разом із дітьми; приготування їжі – як весела розвага, до якої долучені чоловік або діти тощо). Редакція також надає рекомендації щодо різних товарів і речей і закликає купувати українське.

Рубрика «Життєлюбні» пропонує читачкам зануритися в подорожі або пройти психологічні тести. Природно, що ілюстраціями до цих матеріалів є пейзажні фото. Втім, трапляються не лише постановкові світлини, але й реалістичні, репортажні фото звичайних туристів-українців. У цьому розділі з'являються розповіді про культурне надбання сьогодення, наприклад: «Прем'єра з передової: зворушлива пісня на слова військової із ЗСУ. Її виконавець збирає гроші на медичне авто для надання невідкладної допомоги пораненим».

Отже, онлайн-видання «Українки» створено для українок, у матеріалах ідеться про українське життя та українок. Специфіка видання – орієнтування на сучасних жінок із їхніми потребами та інтересами, а не на ілюзорний штучний образ жінки глянцевого журналу. Основні сюжети інтернет-журналу «Українки» стосуються догляду за собою (здоров'я, фітнес, косметика, мода), догляду за будинком (кулінарія, дизайн), сімейних традицій та формування певного способу життя, що характеризується підпорядкованістю тимчасовим циклам (тиждень ділиться на будні й вікенди, є свята і час відпустки). Цими циклами визначаються заняття і спосіб життя. Із своєрідної візуалізованої мозаїки складається «стиль життя»: час і простір є визначальними чинниками – історія та сучасність, визначення свого «я» в координатах навколишнього життя, розвиток особистості в контексті цінностей сучасного українського суспільства.

У журналі «Українки» основні візуальні образи будуються на портретних фото, причому видання активно використовує не лише постановкові, але й репортажні світлини: демонструючи зафіксовану миттєвість «без прикрас», жінку – в реальних життєвих обставинах. Завдяки цим візуальним образам транслюються соціальні ролі й ієрархії цінностей людини. Особливість видання – це спрямованість не лише на зовнішній аспект життя, але й на формування внутрішнього світу жінок-українок: виховання читацького смаку, знайомство з історією та культурою України, побудова ієрархії цінностей та моральних норм.

Список використаних джерел

1. В Україні з'явився перший жіночий україномовний онлайн-журнал. URL : https://www.ukrinform.ua/rubric-diaspora/2283354-v-ukraini-zavivsa-persij-zinocij-ukrainomovnij-onlajnzurnal.html

2. Орлик О. Сучасні українські періодичні та продовжувані видання для жінок : типологічно-тематична характеристика. Вісник Книжкової палати. 2014. № 10. С. 34–38.

3. Українки : жіночий україномовний онлайн-журнал Ukrainky.com. URL : https://ukrainky.com.ua/

Ганноцька Т.В.,
викладач ВСП «Запорізький
гуманітарний фаховий коледж
НУ «Запорізька політехніка»
Україна, м. Запоріжжя

РОЛЬ ЗАГОЛОВКІВ У НОМІНУВАННІ ЖУРНАЛІСТСЬКИХ МАТЕРІАЛІВ ПЕРІОДИЧНИХ ВИДАНЬ

Газетний заголовок − це назва матеріалу, де стисло висловлено його основний зміст. Заголовок має специфічні особливості, які відповідають характеру подій, типу газети, жанру публікації. Газетний заголовок відображає позиції автора, в ньому використовуються різні засоби художньої виразності. Заголовок «працює» на читача, якщо відображає зміст матеріалу, грамотний та оригінальний.

Для заголовкового комплексу особливо важлива яскравість і точність, адже заголовковий комплекс − це перше, на що читач звертає увагу. Якщо заголовковий комплекс зацікавить читача, то він буде читати публікацію, якщо ні, то читач переведе погляд далі. Передуючи тексту, заголовковий комплекс несе певну інформацію про зміст газетного матеріалу. Залежно від ситуації заголовний комплекс може бути присутнім в друкованих ЗМІ разом з ілюстрацією або без неї. У відсутності основних фотографій або ілюстрацій заголовний комплекс бере на себе функцію залучення уваги читача.

Заголовкові комплекси в короткій формі відображають сутність подій, що є важливим серед друкованих видань. Для цього в заголовковому комплексі можуть використовуватися різноманітні лексичні та синтаксичні засоби виразності. Можуть виникати експресивні заголовки, створені на основі переносного значення слів, забарвленої лексики, синонімів і антонімів. У заголовку можуть використовуватися прислів’я, приказки, фразеологізми, алюзії, розмовні елементи, фонетичні та морфологічні засоби виразності. Доцільним вважається твердження, що той чи інший текстовий елемент видання належить до заголовкового компоненту відповідно функцій (інформативно-орієнтуючої, членування тексту, рекламно-експресивної, когнітивної та графічно-видільної).

Заголовковим комплексом є підсистема всередині текстової системи, що складається з елементів, що знаходяться поза текстом. Найчастіше до складу заголовкового комплексу входять заголовки, рубрики, підзаголовки, ліди, вступні частини, анонси. Відокремленість заголовкового комплексу від текстової частини дозволяє йому функціонувати як самодостатній мовленнєвій одиниці, якій відводиться рекламно-експресивна, інформативна, графічно-розмежувальна ролі.

Тип видання впливає на функціональність заголовкового комплексу, адже для якісної преси характерні такі ознаки як переважання аналітичних жанрів (статті, кореспонденції, рецензії, коментарі), виваженість оцінок, контроль за достовірністю інформації, спокійний тон публікацій. Читачів якісної преси цікавлять не стільки публіцистичні міркування журналістів, скільки думки компетентних експертів. Крім того, якісні видання відрізняються високим поліграфічним рівнем, респектабельністю зовнішнього вигляду. Якісна преса затребувана інтелектуалами, політиками, людьми ділових кіл та ін. Читання якісної преси дозволяє

читачам надійно орієнтуватися в обстановці і оперативно приймати точні рішення. Масові ЗМІ виконують розважальну функцію, допомагають читачеві відпочити від соціальних проблем сучасності. Вони переважно невеликого формату, мають великий тираж, містять багато яскравих ілюстрацій, фотографій. Перевага в них надається негативній інформації (пліткам, скандалам, відомостями про приватне життя видатних осіб), тому переважними типами заголовків є саме «скандальні», «страшні» та «інтимні».

Якісні видання найчастіше використовують інформативні, аналітичні, спонукально-наказові, констатуючо-описові, проблемні типи заголовків, тобто ті, які розраховані на більш серйозну, освічену аудиторію та еліту суспільства. Масові ж видання роблять акцент на рекламно-інтригуючих заголовках, які завжди мають елемент загадковості, несподіваності, сенсаційності − останнє характеризує усі масові видання. Саме тому у таких виданнях найчастіше трапляються дезорієнтуючі заголовки. Серед них особливо часто публікуються заголовки, що представляють собою одну з тез публікації: при цьому авторові зовсім не важливо, що теза заголовку не відбиває ідеї тексту, а часом спростовується в ньому. Істотно лише те, що він виразний, що інтригує, а тому успішно «продає» газету, що є майже найважливішим для масових видань, а особливо для «жовтої» преси.

Якісні видання найчастіше використовують інформативні, аналітичні, спонукально-наказові, констатуючо-описові, проблемні типи заголовків. Відмінною рисою функціональності заголовних комплексів якісних видань є їх діалогічність: взаємодія інформативної, комунікативної (оцінка факту), когнітивної та декоративної функцій, тому що головною метою якісних видань є інформування читача про важливі суспільні події, донесення до його відома усіх можливих точок зору та надання розгорнутого аналізу важливих фактів та явищ. Найпоширенішим типом заголовку у якісних виданнях є проблемний, адже нерідко заголовковий комплекс, що складається з заголовків і підзаголовків, структурно розпадається на дві частини, вони розділені двокрапкою − це обумовлено тим, що в підзаголовку, як правило, розкривається тема публікації.

У свою чергу, заголовкові комплекси масових видань вирізняються здебільшого монофункціональністю, адже головна мета зводиться до залучення уваги. Велику роль у цьому відіграють кольорові ілюстрацій до матеріалів не тільки на першій шпальті, а й на багатьох інших сторінках видання, а також заголовки рекламно-інтригуючого типу. Тобто тип заголовків ототожнюється з головною функцією заголовкових комплексів, а саме − рекламно-експресивною. Саме тому у таких виданнях найчастіше трапляються дезорієнтуючі заголовки. Серед них особливо часто можна зустріти заголовки, що представляють собою одну з тез публікації: при цьому авторові зовсім не важливо, що теза заголовку не відбиває ідеї тексту, а часом спростовується в ньому. Істотно лише те, що він виразний, що інтригує, а тому успішно «продає» газету, що є майже найважливішим для масових видань, а особливо для «жовтої» преси.

Надмірне тяжіння до сенсаційності заголовків може зіпсувати репутацію газети або журналу, що призведе до втрати довіри аудиторії: читач розчарується не тільки в окремій статті або публікації, а й у виданні в цілому. Саме тому заголовок є певним каталізатором, який впливає на популярність та успішність видання.

Отже, заголовковий комплекс безпосередньо залежить від типу видання, а його функціональність змінюється залежно від цільової аудиторії друкованого ЗМІ, адже преса бере участь в організації громадської думки, спонукає до ініціативи, пропагує норми, цінності, знання, розважає, висловлює групові та індивідуальні думки, дозволяє порівнювати та зіставляти різні позиції, створює постійно обновлювану інформаційну картину навколишнього світу. Преса фіксує увагу на очевидних (події) та неочевидних (проблеми) явищах і допомагає людям пристосовуватися до постійно мінливих умов життя.

Гягяєва О.Ф.,
студентка спеціальності «Журналістика»
Університету митної справи та фінансів;
Нестеренко Е.К.,
студентка спеціальності «Журналістика»
Університету митної справи та фінансів;
Сенкевич Г.А.,
кандидат наук з соціальних комунікацій,
доцент,
доцент кафедри журналістики
Університету митної справи та фінансів
Україна, м. Дніпро

МЕДІАОСВІТА ТА КРИТИЧНЕ МИСЛЕННЯ ЯК НЕОБХІДНІ СКЛАДОВІ НАВЧАЛЬНОГО ПРОЦЕСУ У ВИЩІЙ ШКОЛІ

Оксфордська енциклопедія пояснює медіаосвіту як предмет, пов'язаний одночасно з пізнанням того, як створюється і поширюється медіаконтент, розвитком аналітичних здібностей для пояснення та оцінки його змісту. Людина, котра вважається медіаграмотною (медіакомпетентною), має володіти розвинутою здатністю до сприйняття, аналізу, оцінки і побудови медіатекстів, до розуміння соціокультурного і політичного контексту функціонування засобів масової комунікації в сучасному медійному просторі, кодових та репрезентаційних систем, котрі використовуються самими медіа. Напрацьована у процесі медіаосвіти медіаграмотність зазвичай допомагає споживачу інформації активно використовувати можливості інформаційного поля телебачення, преси, інтернету, радіо, відео, кінематографу, допомагає їй суттєвіше зрозуміти мову і завдання медіакультури.

Головною метою прийнятої у 2016 році Концепції впровадження медіаосвіти в Україні є сприяння розбудові в Україні ефективної системи медіаосвіти, що має стати фундаментом гуманітарної безпеки держави, розвитку і консолідації громадянського суспільства, протидії зовнішній інформаційній агресії, всебічно підготувати дітей і молодь до безпечної та ефективної взаємодії із сучасною системою медіа, формувати у громадян медіаінформаційну грамотність і медіакультуру відповідно до їхніх вікових, індивідуальних та інших особливостей [1].

Переважна більшість науковців вважають, що медіаграмотність є результатом медіа-освіти, коли людина набуває навички з аналізу та оцінки медійних матеріалів. Як доводять дослідники [2, с. 13], медіаграмотність не можна назвати категорією. Не існує як нульового рівня медіаграмотності, так і її найвищого рівня, котрого може досягти людина. Ефективність структурованих знань базується на здобутих навичках і певному досвіді конкретної особистості. Що стосується людей, що діють на найнижчих рівнях медіаграмотності, то вони мають слабкі й доволі обмежені погляди на мас-медіа. Такі особи мають поверхові знання, що формують неадекватний погляд на значення медійних повідомлень. Проте, як доводять дослідники [3, с. 4], інформацію необхідно перевіряти, без цього вона не має права на оприлюднення.

Канадський медіадослідник і консультант з питань медіаграмотності Кріс Ворсноп (Chris Worsnop) [4] вважає, що медіаграмотність – це результат медіаосвіти, вивчення та моніторингу засобів масової комунікації. Чим більше людина аналізує медіа (за допомогою ретельного контент-аналізу), тим більше вона медіаграмотна. Відтоді медіаграмотність – це здатність експериментувати, інтерпретувати, або аналізувати та створювати медіатексти.

Американський науковець Роберт К'юбі (Robert Kubey) вважає, що медіаграмотність – це здатність використовувати, аналізувати, оцінювати та передавати повідомлення у різних формах [2, с. 10]. Тобто фактично всі науковці сходяться на тому, що медіаграмотність – це набуті під час навчання навички аналізувати та оцінювати медіа.

Якщо розглядати медіаграмотність у університетській освіті, то такий навчальний курс має включати достатню кількість медіаосвітніх елементів, котрі дозволять студентам оволодіти не тільки знаннями і уміннями, а й ще такими необхідними професійними компетентностями як комунікація, автономність та відповідальність. Для активізації навчально-пізнавальної діяльності сучасних студентів під час викладання навчальної дисципліни повинно стати обов'язковим застосування як активних, так і інтерактивних навчальних технологій, серед можна виділити лекції проблемного характеру, міні-лекції, презентації, робота в невеликих групах, семінари, воркшопи, тренінги, кейс-метод, ознайомчі (початкові) ігри, аналіз конкретних ситуацій тощо.

Розробка лекційного матеріалу для сучасного навчального процесу потребує певного креативу. Одним із найважливіших його елементів є лекції проблемного характеру, котрі передбачають разом із розглядом основного лекційного матеріалу застосування і низки питань дискусійного характеру. Структура такої лекції може будуватися за принципом поєднання теоретичного матеріалу з навчальними тестовими завданнями, виконанням практичних кейсів тощо. Подібний методичний експеримент сприятиме формуванню у студентів самостійного творчого та критичного мислення, надасть їм можливість краще зрозуміти запропоновану тематику.

Під час навчального процесу може бути запропоновано використання друкованих, візуальних та електронних медіа з різними цілями, оскільки студенти повинні мати навички «декодування контенту», аналізу медіатекстів в історичному, соціальному та культурному контексті, розуміючи при цьому сутність відносин між аудиторією і навколишнім середовищем. Під час роботи з медіатекстом студенти варто запропонувати аналізувати типи сюжетів, котрі зазвичай використовують у рекламі, у новинах, у документальному та ігровому сегментах, а також здійснювати аналіз кількох сюжетних ліній, відслідковуючи зазначені категорії.

На практичних заняттях студенти можуть порівнювати та робити аналіз медіатекстів однакових і різних типів (наприклад, репортажі в різних друкованих виданнях, на телебаченні, у соціальних мережах). Для володіння відповідною категоральною термінологією варто створити глосарій, в якому наводитимуться базові терміни, використані в навчальному процесі, що є ефективним елементом, наприклад, в умовах дистанційної роботи студентів.

Запропоновані освітні нововведення мають сприяти доступу до медіаресурсів, що дозволить студентам здійснювати оцінку мови (лексики, чутливості) медійних текстів, а також широкого кола їхніх форм, жанрів і категорій. Подібний методичний підхід до медіатексту може бути пов'язаний з дослідженням суспільних відносин, нових ідей, власної та чужої культури («діалог культур»), а також з критичним аналізом медіаконтенту та врахуванням його впливу на аудиторію.

Отримані під час навчального процесу знання про різні види медіа можуть бути використані для вирішення проблем у сфері медіакомунікацій, що дозволить студентам не тільки спілкуватися з будь-якою аудиторією споживачів інформації, а й створювати власні медійні продукти. Отже, застосування медіаосвітніх елементів в університетській освіті сприятиме формуванню стійких медіакомпетентностей і сталої медіакультури, запобіганню вразливості людини до медійних маніпуляцій і медіанасильства, а також у профілактиці медіазалежностей.

Медіаграмотність як система знань та навичок дозволяє протистояти агресивному медіасередовищу і деструктивним інформаційним впливам, забезпечує психологічне

благополуччя при споживанні медійної продукції. Конкретно: передбачає формування медіаобізнаності, вміння обирати потрібну інформацію, відфільтровувати «інформаційне сміття». Тобто надає споживачеві медіаконтенту можливість гарантовано захищатися від маніпуляцій прямого та прихованого впливів.

Список використаних джерел

1. Концепція впровадження медіаосвіти в Україні (нова редакція). MediaSapiens. URL: http://osvita.mediasapiens.ua/mediaprosvita/mediaosvita/kontseptsiya_vprovadzhennya_mediaosvit i _v_ukraini_nova_redaktsiya/

2. Медіаосвіта та медіаграмотність: підручник / ред.-упор. В. Ф. Іванов, О. В. Волошенюк; за науковою редакцією В. В. Різуна. Київ : Центр вільної преси, 2012. 352 с.

3. Український медіаландшафт – 2015: аналітичний звіт / За ред. В. Ф. Іванова. Київ : ФКА, АУП, 2015. 36 с.

4. Worsnop C. Assessing Media Work. Mississauga : Wright Communication, 1996. 80 p.

Єськова К.В.,
старший викладач кафедри журналістики
Національного університету «Запорізька політехніка»
Україна, м. Запоріжжя

СПЕЦИФІКА НОВИНАРНИХ ВИПУСКІВ НА КАНАЛІ «1+1» У РАМКАХ ТЕЛЕМАРАФОНУ «ЄДИНІ НОВИНИ»

У сучасному соціумі телебачення є невід'ємним атрибутом повсякденного життя людей і здійснює потужний вплив на глядацьку аудиторію. Широкий тематичний спектр, оперативність подання інформації, необмежені можливості трансляції з місця події, ефект присутності та водночас комфортність домашнього сприйняття – усі ці характеристики виділяють телебачення серед інших ЗМІ і забезпечують йому значну аудиторію. ТБ залишається одним із головних засобів задоволення інформаційних потреб населення.

Своєрідним інформаційним епіцентром телебачення є новинні програми. Телевізійні новини, а надто провідних телеканалів, завжди перебувають в центрі уваги громадськості й політикуму [3]. Телевізійні новини завжди залишаються однією із найзатребуваніших форм поширення інформації. Новинні випуски відображають інформаційну картину країни і світу, вони покликані показати телеглядачам найважливіші події й факти та задовольнити потребу сучасної людини – бути в курсі подій.

Об'єктивність телевізійних новин залишається дискусійною, проте саме новинні телепрограми вважають жанром, якому найбільше притаманна об'єктивність. Разом з тим, від стану та рівня інформаційної складової великою мірою залежать також рейтинги телеканалів. Дослідники журналістики запевняють, що якість телебачення визначається рівнем інформаційної складової. Виробництво новинних програм – це довгий та складний процес [2], і аудиторія робить вибір на користь якісних новин.

З початком повномасштабної війни керівники найбільших телевізійних холдингів України самоорганізувалися та запропонували владі створити єдиний телемарафон. 25 лютого марафон під назвою «Єдині новини» створювався на базі каналу «Рада», до якого приєдналися ICTV, «1+1», «Інтер». Згодом до марафону долучилися «Україна» та Суспільне.

Концепція «Єдиних новин» полягає в тому, що медіагрупи ділять між собою по декілька ефірних годин на день, які транслюють всі шість центральних телеканалів. Таким чином

забезпечується цілодобова й безперебійна трансляція марафону. Окрім цього, кожен із каналів по черзі готує підсумковий випуск новин, який транслюють щоденно з 20 до 21 години.

Головні новини визначають як повідомлення про подію, яка трапилась чи набула суспільної значущості за попередні 24 години і може мати важливі наслідки. Традиційно подія, варта висвітлення в мас-медіа, має п'ять головних ознак: 1) персоніфікацію – сталося з реальними людьми; 2) драму – містить конфлікт, суперечку чи навіть насилля; 3) актуальне й конкретне, а не теоретичне чи абстрактне; 4) нове чи з відхиленням від норми; 5) пов'язане з темами постійного інтересу новинних медіа. Відповідно до таких критеріїв визначається інформаційний контент як соціально сконструйована медіареальність, у якій акцентується на певних темах, проблемах і явищах, які аудиторія сприймає як найбільш значущі й важливі.

Для аналізу обрано ранкові випуски ТСН за серпень та вересень 2022 року, ведучими яких є Святослав Гринчук та Соломія Вітвіцька. У розгляді матеріалів ураховувалася їхня тематика та наявність у змісті позитивного чи тривожного посилу, а також особливості представлення інформації.

Відповідно, за тематичним принципом матеріали об'єднано в такі групи: 1) суспільно-політичні/військові, 2) кримінальні, 3) соціальні, 4) культурно-мистецькі, 5) матеріали про надзвичайні ситуації.

Слід зауважити, що суспільно-політичну й військову тематику об'єднано в одну групу з огляду на те, що в основі будь-якого військового конфлікту лежить політична діяльність держав та державних об'єднань. Телеканал «1+1» надає перевагу висвітленню соціально-політичних тем, що зумовлено загальною політичною ситуацією в Україні: пріоритетним вектором у зовнішній політиці стала протидія російській воєнній агресії, а у внутрішній – консолідація нації. З загальної кількості ефірного часу військова тематика превалює в більшості новинарних випусків, деколи з'являються повідомлення про ДТП, а от культурно-мистецька проблематика висвітлюється фрагментарно й залежить від наявності актуальної події, як, наприклад, візит до Німеччини міністра культури й інформаційної політики Олександра Ткаченка, під час якого було оголошено про співпрацю двох країн у розбудові української культури та мистецтва (випуск за 30 серпня). Зовнішньо-політична інформація з'являється в ранкових випусках епізодично, залежно від актуальності й значущості для українського глядача. Залежно від ситуації на фронті, новинні випуски містять позитивний або тривожний посил. До прикладу, 19 серпня Святослав Гринчук починає інформування з переліку нічних обстрілів України (Миколаївщини, Харківщини, Запоріжжя, Донецької області), тоді як Соломія Вітвіцька у випуску за 12 вересня розповідає про успіхи контрнаступу української армії й звільнення окупованих територій на Харківщині.

Структура новинарних випусків є сталою, зазвичай матеріали представлено в таких форматах:

1) відеоряд, супроводжуваний закадровим текстом ведучого;
2) телерепортаж;
3) кореспонденція.

Хронометраж ранкового випуску обмежує можливість повного висвітлення останніх подій, тому представлення їх у вигляді фактів є доцільним. Основне про актуальне – так можна охарактеризувати подачу найголовніших новин ведучими ТСН. Незважаючи на здебільшого тривожні новини, їх подача має мотиваційний характер.

Адекватність сприйняття інформації безпосередньо залежить від майстерності репортера та оператора. Для прикладу розглянемо репортаж Олександра Моторного про ситуацію в Бахмуті (випуск від 19 вересня). Ефект присутності створюється за рахунок поєднання відеоряду з природними шумами та закадровим авторським текстом. Репортер не зловживає можливістю зайвий раз з'явитися в кадрі, записано лише один стендап; натомість опитано

велику кількість свідків та учасників подій (десять синхронів), що дозволяє говорити про аргументованість висновків.

А у кореспонденції Вікторії Стрельцової використано технології для емоційного впливу на глядача: перші кадри демонструють, як у звільненій Козачій Лопані мати зустрічає сина-бійця ЗСУ. Наступні кадри засвідчують, як військові роздирають російський прапор, а місцеві мешканці зафарбовують загарбницьку символіку на стінах. Кореспондентка розповідає про постійні обстріли, під якими жили люди останніми місяцями, та демонструє приміщення, в якому катували українців.

Як мотиваційний момент можна розглядати дизайн локації, де відбувається демонстрація новинарних випусків. Якщо порівняти, наприклад, з березневими, коли ведучі часто звітували про події, перебуваючи в укритті, то в подальших випусках ми бачимо традиційну студію, мотиваційним елементом декору в якій є український прапор.

Отже, новинарні випуски «ТСН» здебільшого висвітлюють теми: 1) суспільно-політичні/військові, 2) кримінальні, 3) соціальні, 4) культурно-мистецькі, 5) матеріали про надзвичайні ситуації. Структура новинарних випусків є сталою, зазвичай матеріали представлено в таких форматах: відеоряд, супроводжуваний закадровим текстом ведучого; телерепортаж; кореспонденція. На сприйняття інформації впливають технології, які використовуються для ствердження національної ідеї та виховання патріотизму, адже телебачення є одним із ефективних інструментів у формуванні іміджу держави.

Список використаних джерел

1. Костюченко О. М. Основи телевізійної журналістики : навчальний посібник. Острог : Видавництво Національного університету «Острозька академія», 2016. 218 с.
2. Мащенко І. Г. Лики і лиця телерадіопростору. Київ : Українська Медіа Спілка, 2003. 352 с.
3. Недопитанський М. І. Технологія теленовин. Електронна бібліотека Інституту журналістики. 2016. URL: http://journlib.univ.kiev.ua/ index.php?act= article& article= 1459.
4. ТСН. Телемарафон «Єдині новини». URL: https://www.youtube.com/ watch?v= WY8sDvZdWEA

Жаров Д.А.,
магістрант спеціальності «Журналістика»
Національного університету «Запорізька політехніка»;
Волинець Г.М.,
кандидат філологічних наук, доцент,
доцент кафедри журналістики
Національного університету «Запорізька політехніка»
Україна, м. Запоріжжя

КЛЮЧОВІ НАРАТИВИ «СПОЖИВАЦТВА» НА СТОРІНКАХ ЖУРНАЛУ «ЕГОЇСТ»

Соціокультурні норми, в першу чергу, визначають моделі поведінки, вид діяльності, професійні схильності чоловіків і жінок. Існує велике різноманіття традиційних моделей маскулінності й фемінності, котрі залежать від етнічних та релігійно-філософських позицій, однак абсолютна більшість з них базуються на опозиції: суб’єкт – об’єкт, сила – слабкість, активність – пасивність, жорсткість – м’якість. За ознакою статі виокремились відповідні

видання – для чоловіків і для жінок. В Україні гендерно марковані видання набули популярності у тому числі й завдяки міжнародним брендам.

Внаслідок неконтрольованого впливу західного ринку на вітчизняну пресу українським читачам було представлено велику кількість жіночих часописів та введено раніше невідомий тип – чоловічий журнал. У зв'язку із цим необхідно було проводити адаптування міжнародних журнальних брендів до українських реалій. Широка представленість та популярність серед читачів зумовила появу окремих самостійних типів видань, які мали гендерне маркування [2].

Журнали, орієнтовані на чоловіків, представляють відповідні контент і рекламу, цікаві для цієї читацької аудиторії, їх зміст призначений для задоволення інформаційних і розважальних потреб чоловіків. Однією з найважливіших типологічних ознак є аудиторія. Аудиторія згаданих нами видань – чоловіча. Так чи інакше видавці та редактори чоловічих журналів прагнуть охопити найширше коло читачів, тому є певна уніфікація вмісту, що приводить до схожості в аудиторії. З різницею у 5-10, а іноді й у кілька відсотків у більшості журналів читачами є чоловіки: керівники, менеджери і фахівці, службовці, робітники, студенти. Втім, невід'ємною частиною їх фактичної аудиторії є й жінки. Опис цільової аудиторії чоловічих видань зазвичай доповнюють такими прийнятими в соціології журналістики демографічними критеріями, як стать, вік, професійна приналежність, соціальний статус, рівень доходів, рівень освіти. Як друковані, так і онлайн видання для чоловіків орієнтуються на «середній клас», тобто на освічених, фінансово успішних чоловіків. Власне, це і є основним чинником формування споживчих установок.

Тематична структура чоловічих журналів загального інтересу досить універсальна, вироблена індустрією і запитами читачів: у таких ми знайдемо огляди свіжих кінофільмів, музикальною альбомів і книг, модні тенденції чоловічий одягу та взуття, поради по стилю, про нові аромати і годинники, ідеї для подорожей, гастрономічний розділ тощо. Так чи інакше всі ці розділи будуть відносно рівними за обсягом і кількості відведених під кожен з них сторінок.

Поняття «консюмеризм» поєднує в собі дві складові: рух на захист споживачів від несправедливого поводження та філософію, яка розглядає придбання споживчих товарів тривалого користування як головну мету людського життя. Сьогодні термін тяжіє до другого визначення – надмірне, шкідливе для довкілля і суспільства споживання. Неконтрольовано часта зміна побутової техніки і гаджетів (яка працює, але застаріла за дизайном), речей та одягу (для зміни стилю, але ж функціонал старих речей не втрачено), машин (набридла модель; або з'явився дрібний дефект) – все це є проявом консюмеризму.

Однаково потужними каналами формування консюмеристських тенденцій є реклама та власне контент чоловічих журналів, зокрема й на сторінках видання «Егоїст». Редакція журналу позиціонує видання як «перший україномовний чоловічий глянець» [3], що орієнтується на таку цільову аудиторію з рівнем доходів «вище середнього»: керівники компаній, бізнесмени, політики, ТОП-менеджери і под. Як зазначають самі власники журналу: «Ми орієнтуємось на чоловіків, які не лише мають можливість пити дорогий алкоголь і курити добірний тютюн. Наш читач голодний не лише до їжі і питва, але й до нових пригод, вражень і відкриттів» [3]. Журнал друкується щомісяця накладом 5 тисяч примірників, а також має онлайн-версію із високими показниками охоплення аудиторії (37 тисяч читають друковане видання, 63 тисячі – онлайн).

Навігація онлайн-видання «Егоїст» – достатньо зручна і зрозуміла. Основні вкладки:

- «Головна», де оприлюднено останні матеріали;

- «Суспільство», де публікуються статті про важливі теми сьогодення (про відомих людей; про новини бізнесу, економіки та інвестиції; про новітні відкриття в різних галузях науки – техніка, медицина і т.д.);

- «Захоплення» – про хобі, мистецтво, спорт, техніку й технології, поради про нові форми бізнесу;

- «Відпочинок» – про подорожі й індустрію розваг;
- «Дрібниці життя» – про здоров'я, психологію, секс і стосунки;
- «Про журнал» – інформаційна сторінка про видання.

Видання «Егоїст» транслює потяг до вишуканості й розкоші. Наприклад, в інтерв'ю «Кераміка як бізнес. Історія Тані та Стаса Літус і бренду "Litus Ceramics"» є цікава деталь: коли журналістка і майстриня обговорюють ціни на кераміку (ціна за чашку може сягати 1000–1200 грн.), то читач розуміє, що він готовий платити за унікальну річ ручної роботи.

Як зауважує Ж. Горіна, «Нескінченні потоки аудіовізуальної реклами диктують людині, що вона повинна споживати, який одяг або прикраси носити, в яких будинках жити і з яким дизайном, якою косметикою, побутовою технікою користуватися тощо. Таким чином, для стимулювання споживача створюється культ моди на речі, як на еталони для наслідування» [1]. Тому зі сторінок глянцю відбувається «конструювання ідентичності», формування консюмеристських стратегій. Серед основних споживацьких наративів, що транслює журнал «Егоїст», виокремлюємо такі: націленість на придбання дороговартісних, подекуди унікальних речей (контактні лінзи із доповненою реальністю; лакшері автомобілі й мотоцикли; чоловіча білизна, одяг, аксесуари і подібне) та послуг (підбір домашнього персоналу; запрошення до закритих клубів, на закриті лекції, концерти, прийоми; рекомендації щодо співпраці з інвестиційними менеджерами тощо).

Отже, видання «Егоїст» – це розважально-пізнавальний журнал для чоловіків, основними темами якого є успіх, бізнес, спорт, сімейні та любовні стосунки, відпочинок, хобі, культура й мистецтво. Дихотомія споживацьких концептів підживлюється постійним взаємозв'язком: з одного боку – «запит аудиторії», з іншого – «пропозиція сконструйованого журналом образу». Оскільки головна мета журналу – допомогти читачам приємно і з користю провести час, то ми бачимо яскраві прояви консюмеристських настроїв для «преміум-класу».

Список використаних джерел

1. Горіна Ж. Освітні тренди й комунікативно-візуальне середовище нових медіа. *Стратегічні напрями розвитку сучасної української лінгво-дидактики* : колективна монографія. Тернопіль : Підручники і посібники, 2021. С. 77–86.

2. Демченко В.Д. Феномен жіночого глянцевого часопису: особливості читацького сприйняття. *Наукові записки Інституту журналістики*. 2002. Т. 8. С. 9–13.

3. Егоїст : сайт. URL: http://egoistmagaz.in.ua

Заводюк А.М.,
студентка спеціальності «Журналістика»
Національного університету «Запорізька політехніка»;
Єськова К.В.,
старший викладач кафедри журналістики
Національного університету «Запорізька політехніка»
Україна, м. Запоріжжя

ТЕМАТИЧНЕ НАПОВНЕННЯ САЙТУ ДЛЯ ЖІНОК «ТУТКА»

Журнал – періодичний документ, що містить статті або реферативні відомості, огляди з різноманітних суспільно-політичних, виробничих, наукових питань, літературно-художні твори. Жіночі журнали є джерелом різнопланових корисних порад, цікавих новин з життя відомих та успішних людей, а також чудовим способом провести дозвілля. Жіночі журнали висвітлюють широкий спектр проблем та тем. У таких виданнях читачки можуть знайти

поради на всі випадки життя та дізнатися про модні тенденції. Такі журнали виконують антистресову функцію. Для жінок журнали цікаві тим, що є своєрідним путівником по життю.

У становленні та подальшому функціонуванні українських журналів для жінок можна виділити наступні періоди:

1) середина XIX ст. – 1920 р. – формування та становлення преси для жінок;

2) 1921–1939 р. – найпотужніший розвиток жіночої періодики в Галичині та поява радянських часописів для жінок у Наддніпрянській Україні;

3) 1940–1989 р. – пасивний період жіночої преси, вихід пропагандистських радянських видань для жінок;

4) з 1990 р. – початок формування та розвитку сучасної періодики для жінок в Україні.

Першим періодичним часописом для українських жінок, який почав виходити у Львові, був журнал «Дзєннік муд парискіх» («Dziennik Mód Paryskich») (1840–1848 рр.) – видання кравця Т. Кульчицького. Спочатку журнал був задуманий як часопис моди з добре проілюстрованими зразками європейської моди. Т. Кульчицький намагався прорекламувати власну майстерню. Згодом часопис перетворюється у громадське, літературно-мистецьке видання. Феномен «Дзєнніка» полягав у його універсальності: він містив публіцистичну частину, що наближувала його до видання журналістського; літературну частину, що робила його подібним до літературних часописів; політичні публікації, що уподібнювали його до суспільно-політичних тижневиків; ілюстровану сторінку моди, що дає підстави вважати його часописом моди.

За характером інформації дослідники виділяють наступні типи жіночих видань:

– універсальні: вбирають у свій зміст все коло тем, що цікавлять дану жіночу аудиторію;

– видання, присвячені здоров'ю жінки;

– журнали мод;

– жіночі видання, головним об'єктом яких є краса та здоров'я.

Функціонування сучасної жіночої періодики характеризується наступними тенденціями: розширення діапазону жіночих видань (за характером і типом); поява нового загону жіночих журналів, створених за західними моделями; деполітизація жіночої преси; жіночі видання є одним з основних каналів реклами; орієнтація на споживчу соціалізацію жіночої аудиторії; зміщення акценту в бік формування способу життя, іміджу жінки; формування нового погляду на відносини між статями; жінки займають чи не чільну роль у сім'ї, заявляють про свою повноправну участь у житті суспільства (в сфері управління та підприємництва); орієнтація на високий стандарт життя: високий освітній і професійний рівень, здоровий спосіб життя; прагнення до індивідуалізації та самореалізації, до розкриття внутрішнього потенціалу жінки.

Зважаючи на стрімкий розвиток інтернет журналістики, умовно можна відносити до жіночих видань ресурси, які не позиціонують себе як журнали. Для прикладу розглянемо україномовний сайт для жінок «Тутка».

Тематичний контент сайту можна поділити на дві групи:

– публікації, спрямовані на широку аудиторію (рубрики «Війна», «Життя», «Наше»);

– матеріали, орієнтовані здебільшого на жінок (рубрики «Творчість», «Натхнення», «Цікавинки», «Діти»).

Головна сторінка відображає всі публікації в залежності від дня виходу, що дозволяє прослідковувати частоту наповнення сайту (в середньому – від семи до десяти матеріалів на місяць). Слід зауважити, що тематика рубрик «Війна», «Життя», «Наше» є майже ідентичною й торкається здебільшого подій після початку повномасштабного вторгнення: на головній сторінці відображено всі матеріали, а в кожній рубриці здійснюється селекці відповідно до тематичної спрямованості. Наприклад, головна сторінка за травень–червень: ««Азовсталь» став прихистком для понад 600 поранених, – слова поліцейського із заводу», «Людмила Денісова: Російські окупанти в Маріуполі допитують дітей. Таким чином вишукують брехню

у свідченнях їхніх батьків», «Здався, бо замучив голод. Російський снайпер 1,5 місяця переховувався у покинутій будівлі під Києвом», «П'яні окупанти злякалися українських військових та полишили свою техніку. І втекли», «Як врятуватися при ядерному вибуху», ««Андрій зробив мені на Азовсталі каблучки з фольги. Вони були ідеальні». «Азов», Історія кохання», «Сталеві захисники Маріуполя, які від першого дня повномасштабної війни боронять місто». Всі публікації дублюються в рубриці «Війна», а «Наше» й «Життя» обирають по два матеріали. Щодо другої групи публікацій: вони містять питання, які цікавлять жінок (рубрика «Творчість»: дизайн, дім, книги, кухня, наука, мистецтво, фотографії; рубрика «Натхнення»: здоров'я, лайфхаки, притчі, психологія, сім'я, спорт, стосунки; історія; рубрика «Цікавинки»: кіно, курйози, люди, місця, тварини). Ці три рубрики, незважаючи на розлогість тематики, останніми місяцями оновлюються нерегулярно, зокрема підрубрики «Дизайн», «Дім», «Притчі», «Спорт» востаннє оновлювалися наприкінці 2021 року, а «Курйози» останньої зміни зазнали ще у вересні 2020-го. Окремої уваги заслуговує рубрика «Діти», в ній містяться різноманітні матеріали, пов'язані з вихованням та навчанням дітей, наприклад, «20+ історій про те, що стається, коли дітям не дають бути дітьми, а намагаються виховати з них геніїв», 19 батьків поділилося незвичайними методами, які допомогли їм знайти спільну мову з дітьми», «10 потрібних порад для батьків для удосконалення їх навичок поводження з дитиною», «Чому треба дозволяти дітям бруднитися, коли вони їдять», «Якщо самооцінка 8-річної донечки падає, наші 7 порад допоможуть її зберегти», «5 тривожних дзвоників у дитячій поведінці, які свідчать про серйозні проблеми».

Отже, тематичне наповнення сайту для жінок «Тутка» достатньо розлоге. Контент ресурсу охоплює широкий спектр суспільного життя (війна в Україні, найвизначніші події в світі, міжособистісні стосунки, виховання дітей), а також піднімає питання, які завжди цікавлять жінок (догляд за собою, піклування про оселю, саморозвиток).

Список використаних джерел

1. Мудра І.М., Кіца М.О. Еволюція українських жіночих журналів. URL : http://molodyvcheny.in.ua/files/journal/2018/6/11.pdf
2. Сайт для жінок «Тутка». URL : https://tutkatamka.com.ua

Залозна О.М.,
магістрант спеціальності «Журналістика»,
Національного університету «Запорізька політехніка»;
Островська Н.В.,
кандидат наук із соціальних комунікацій,
доцент кафедри журналістики
Національного університету «Запорізька політехніка»
Україна, м. Запоріжжя

РОЛЬ ЖУРНАЛІСТА У ФОРМУВАННІ ІНКЛЮЗИВНИХ ПРАКТИК У СУСПІЛЬСТВІ

Різні аспекти журналістської діяльності спрямовані на формування громадської думки та популяризацію нових ідей і норм, наприклад, впровадження ідей толерантності. За останні тридцять років в Україні значно змінилося ставлення суспільства до людей з інвалідністю, від категорії населення без можливостей і перспектив до людей з усіма правами на реалізацію, але все ще безпорадних і слабких. Обидва погляди є непродуктивними для вирішення нагальних

питань освіти, розвитку, працевлаштування, доступності для людей з інвалідністю в сучасних реаліях.

Працівники ЗМІ часто висвітлюють теми, пов'язані з проблемами інклюзивної сфери. Журналістами регулярно підіймаються питання соціальної інтеграції людей з інвалідністю, літніх людей, представників національних меншин, колишніх ув'язнених, дітей, оскільки їх залученню до громадського життя та представництва власних інтересів заважає велика кількість бар'єрів. Серед останніх – неготовність суспільства, а саме застарілі погляди його представників, нерозвинена у цьому напрямку інфраструктура, позбавлена інклюзії індустрія розваг тощо.

Конкретна роль мас-медіа у формуванні інклюзивної культури суспільства визначається трьома чинниками, серед яких акумулятивність ЗМІ, яка зосереджена у можливості вбирати в себе найвищі досягнення світової культури, творчим аспектом журналістики та привнесення у суспільство нових якостей, які здатні впливати на формування культури. За наявності таких можливостей медійники зобов'язані інформувати, сприяти діалогу між суспільними групами, займатися збором фактів порушень прав людей, спонукати окремих учасників груп до інклюзивного прийняття рішень, здійснювати контроль за втіленням політики і рішень, просувати соціальну модель інвалідності тощо. У цьому випадку простежується зв'язок між інклюзією та правозахисною журналістикою, оскільки обидві категорії ґрунтуються на верховенстві людського права.

Такий напрям журналістської діяльності зосереджений не лише на підвищенні обізнаності всіх членів суспільства про наявні бар'єри, які перешкоджають повноцінному функціонуванню окремих його представників, а й на інформаційній роботі, налагодженні зв'язків зі владою, організаціями, які здатні подібні бар'єри ліквідовувати, та сприянню цьому. Також журналіст виконує роль поборника стереотипічних установок громадськості щодо окремих груп або представників суспільства та сприяє поширенню інформації про внесок таких груп і окремих представників у громаду та їхній потенціал.

Оскільки шляхом до формування образу людей з інвалідністю є їх репрезентація у засобах масової інформації, недоречна лексика, зловживання віктимізацією або героїзацією тощо можуть створити умови для сприйняття людей з інвалідністю як окремої касти, що, зазначимо, прямо суперечить інклюзивній політиці. Саме завдяки подібним засобам непрофесійні або недобросовісні журналісти спотворюють образ людей з інвалідністю тощо, формуючи до них ставлення як до об'єктів жалю чи благодійництва, а не повноцінних представників суспільства з дещо розширеним списком потреб.

Одночасно з тим існують журналістські засоби і прийоми, використання яких сприяє налагодженню комунікацій як між владою і окремими групами людей, так і всередині суспільства, між його представниками. Вони прямо і опосередковано впливають на формування інклюзивних практик.

Відтак рівень прийняття тем інклюзивної сфери у суспільстві можуть підвищити п'ять тригерів. Серед них – узгодження, тобто створення матеріалу за принципом схожих характеристик героя та пересічних представників суспільства, подібність – створення емоційного зв'язку на основі загальнолюдських якостей, репрезентація теми за допомогою знаменитостей, відомих авторитетних людей, випадкове включення, як наприклад розповідь про людину з інвалідністю, що працює перукарем, бухгалтером, юристом, як і дехто з читачів або глядачів, та короткі інформаційні сюжети, створені для вирішення певної проблеми з точки зору людей з інвалідністю.

Отже, роль журналіста у формуванні інклюзивних практик у суспільстві визначається специфікою його діяльності і полягає у інформуванні суспільства про наявні бар'єри, що перешкоджають функціонуванню окремих груп, сприянні ліквідації цих бар'єрів, боротьбі зі стереотипами та інформуванні про внесок таких груп у суспільну діяльність і їх потенціал.

Список використаних джерел

1. Адвокаційна журналістика: камені спотикання. Mediasapiens. URL: https://ms.detector.media/profstandarti/post/12906 /2015-03-30-advokatsiyna-zhurnalistyka-kameni-spotykannya/
2. Бацюкова С., Виртосу І. Адвокаційна журналістика: світовий та український досвід. URL: https://issuu.com/irf_ua/ docs/rol-2013-7-18_2
3. Виртосу І., Шендеровський К. Це не лише про меншини. URL: http://medialab.online/news/advocacy/
4. Нічого для нас без нас: посібник з інклюзивного прийняття рішень для засобів масової інформації / за заг. ред. І. Виртосу. Київ : Ленвіт, 2015. 92 с.
5. Соціальна робота з соціально вразливими категоріями. URL: http://moodle.socosvita.kiev.ua/moodledata/filedir/09/20/0920e3108c21981f344ac5e33b46e7470dc1ac88

Зозуль Т.В.,
аспірантка кафедри журналістики
Запорізького національного університету;
Мірошниченко П.В.,
кандидат філологічних наук, доцент,
доцент кафедри журналістики
Запорізького національного університету
Україна, м. Запоріжжя

ОСОБЛИВОСТІ РЕАЛІЗАЦІЇ ПРАВОЗАХИСНОЇ ТЕМАТИКИ НА РЕГІОНАЛЬНОМУ ТЕЛЕБАЧЕННІ

Правозахисна тематика в ефірі українських телеканалів з’являється нечасто. Оскільки тема є заскладною і не прибутковою для мовників, журналісти оминають адвокаційну тему навіть у новинних сюжетах. Окремі проєкти, присвячені правозахисту, є радше винятком, аніж правилом. Однак попит в аудиторії на такі програми є, про що свідчать результати опитування споживачів інформації. У 2020 році 54,5% українців вважали саме телевізійні програми основним джерелом інформації про права людини, стан їх дотримання та способи захисту. Варто зауважити, що у 2016 цей показник був значно вище – 75,1%. Окрім цього, засоби масової інформації 23,3% українців називали найефективнішим способом захисту прав людини [1]. І це найбільший показник серед інших засобів правозахисту – медіа випередили суди та поліцію у цьому опитуванні. Отже, на основі таких даних, ми вважаємо, що адвокаційна тематика є затребуваною серед української аудиторії. Окрім цього, такі результати свідчать про впливовість ЗМІ у формуванні громадської думки. Але також це «вимагає від медіа додаткової відповідальності у виконанні своєї інформаційної місії, і одночасно актуалізує питання щодо медіавпливу» [2, с. 37].

На наш погляд, телевізійні проєкти в ефірі регіональних каналів можуть стати найефективнішим способом захисту прав людей, оскільки журналісти й адвокаційники на місцях мають більше важелів впливу на місцеву владу та органи місцевого самоврядування, правоохоронну систему зокрема. На нашу думку, адвокаційні програми регіональних телемовників – є рушійною силою для правозахисного руху загалом. Громадянам простіше

звернутися до місцевих журналістів-правозахисників, які за рахунок розголосу порушень прав людини в ефірі, допомагають у вирішенні проблем. Наприклад, із консультацією професійних юристів, отриманні інформації від місцевої влади. На цьому наголошує експертка Н. Соколенко, яка вважає, що журналіст «має можливість далі "тиснути своїм авторитетом" на тих, хто завинив чи хто відповідальний» [3, с. 48]. Серед ефективних засобів вона радить надсилати листи з грифом телеканалу: «це дуже впливає на посадовців, особливо у невеликих містечках, та й в Києві також. Якщо посадовець, бачить, що прийшов лист від телеканалу, це відразу його спонукає до якихось активних дій, і не звертати увагу на проблему він уже не може» [3, с. 48].

Також місцеві ЗМІ мають можливість якісніше та повніше висвітлити правозахисні проблеми громадян своїх регіонів. Всеукраїнські медіа переважно «орієнтуються на масову аудиторію, іноді без розуміння того, що в одному регіоні можуть бути одні проблеми, а в другому – інші» [4, с. 29]. Також часто регіональні ЗМІ можуть викликати більшу довіру аудиторії, на відміну від кореспондентів загальнонаціональних мовників.

Ще одна перевага регіональних каналів – більша кількість ефірного часу, аніж у загальнонаціональних телередакціях. На телебаченні ефірний час є найдорожчим, у порівнянні зі шпальтою газети чи Інтернет ЗМІ. На цьому наголошує експерт із соціальної та правозахисної тематики у медіа К. Шендеровський. Він зазначає, що «вимоги до телевізійного відображення соціальної проблеми більш серйозні, матеріал має бути меншим, лаконічним, оперативним» [5, с. 23]. Але ми вважаємо, що проблема з браком ефірного часу притаманна саме загальноукраїнським медіа. На регіональних телеканалах така проблема не є такою гострою, тож журналісти-правозахисники можуть створювати адвокаційні проєкти, не маючи нагальних питань із недостатньою кількістю ефірних годин.

Отже, у цьому дослідженні ми вирішили зосередити увагу на дослідженні регіональних телевізійних проєктах з правозахисною тематикою.

Львівський телемовник «Перший західний» у 2017 році успішно запустив адвокаційний проєкт «Правові консультації». На нашу думку, така програма є вдалим взірцем для всеукраїнських та локальних телеканалів завдяки гармонійному поєднанню змісту і формату передачі в ефірі.

Проєкт «Правові консультації» (спочатку мав назву «Перші телевізійні консультації») створив творчий колектив львівського телеканалу «Перший західний» у 2017 році. Ідея програми та її реалізація належить юристу, ведучому Ярославу Жукровському. Варто зауважити, що для будь-яких адвокаційних проєктів у медіа наявність професійного, фахового юриста є обов'язковою вимогою для дотримання стандартів висвітлення правозахисної тематики.

Впродовж 40 програм гостями випусків виступали пересічні громадяни, які зверталися за допомогою до юристів із власними проблемами. Ведучий проєкту за допомогою знань та досвіду надавав консультації, супроводжував справи до суду. Варто зазначити, що автори програми відібрали для епізодів найпоширеніші проблеми та питання від громадян та наочно демонструють, як захистити свої права. Наприкінці кожного випуску для телеглядачів Ярослав Жукровський надавав алгоритм дій у певній ситуації.

У 2018 році формат програми зазнає змін. Із 41 епізоду ведучий Ярослав Жукровський виїжджає до міст та сіл Львівської області, аби особисто надати правову допомогу чи супровід громадянам, захистити їх права. Такий формат проєкту проіснував недовго, автор не пояснив причин зміни формату. У 2019 році проєкт знову змінює концепцію: запрошує у студію фахівців, які надають поради з певної проблематики. Варто зауважити, що якісно змінюється візуальна складова програми: нове графічне оформлення проєкту, з'являється нова, сучасніша студія. Також, на наш погляд, важливим є поява елементів інфографіки, яка допомагає глядачам краще зрозуміти й запам'ятати складну юридичну інформацію.

Проєкт безперервно виходив з 2017 року в ефірі «Першого західного» до 24 лютого 2022 року. Вихід телепередачі поновився в осінньому сезоні львівського мовника. Перших два випуски програми присвячені актуальним темам захисту прав військових.

За словами авторів проєкту, «Правові консультації» переглянули більше 500 тисяч телеглядачів. Наразі концепція програми «будується навколо конкретної юридичної проблеми та питання» [7]. Автори спілкуються «із фахівцями у певній сфері юриспруденції та громадянами, які успішно захищають і відстоюють свої права та законні інтереси» [7]. Беззаперечний плюс змістового наповнення випусків – експерти програми, у кваліфікації яких у глядачів не виникає сумнівів. Кожного випуску вони змінюються відповідно до тематики епізоду.

Необхідно проаналізувати змістове наповнення випусків: порушення яких прав людини висвітлювалися у програмі. Ми виокремили, що у програмах проєкту приділяли увагу порушенням таких прав:

− громадянських: право на доступ до публічної інформації, право на повагу до людської гідності, право на недоторканість житла, право на придбання, зберігання та носіння зброї;

− політичних: право на об'єднання громадських організацій, право брати участь у діяльності органів місцевого самоврядування;

− економічних: право власності на житло, земельний пай, право на працю, право на економічно обґрунтовані тарифи з житлово-комунальних послуг, право на дотримання кредитних зобов'язань;

− соціальних: право на гідне пенсійне забезпечення, право на соціальне забезпечення військовослужбовців, право на виплату заробітної плати, право на достатній життєвий рівень для себе і своєї сім'ї, права на медичне обслуговування;

− культурних: право на відновлення міського фонтану, право на користування державною мовою;

− сімейних: право на аліменти, права дітей, право на спадщину, право на укладення шлюбного договору.

Найчастіше у проєкті приділяли увагу порушенню соціальних прав – більше половини випусків. На другому місці за частотою висвітлення порушення економічних прав. Майже однаково журналісти акцентували увагу на недотриманні громадянських і політичних прав. Лише двічі у програмі висвітлили нехтування культурними правами громадян. Жодного разу у проєкті не представлені випадки порушення екологічних прав.

На нашу думку, варто виокремити суттєвий недолік у тематичному наповненні програми. У проєкті ми не виявили випусків, які би висвітлювали адвокаційні теми, що стосуються прав громадян із вразливих груп населення, людей з інвалідністю, представників національних меншин, спільноти ЛГБТКІ+, вимушено переміщених осіб. Ми вважаємо, що авторам проєкту необхідно приділити увагу у випусках захисту прав представників вказаних груп українського суспільства.

Ще одним недоліком програми «Правові консультації» є зміна концепції – з правозахисної програми на правопросвітницьку. У 2017–2018 роках епізоди будувалися навколо центральної історії гостей, у яких порушувалися різні права. На наш погляд, це була взірцева концепція для правозахисної програми: демонстрація проблеми з особистою розповіддю героя, коментар експерта, вирішення питання за допомогою ведучого-правозахисника. Цю ж тезу висувають експертки І. Виртосу та І. Марченко. Вони називають однією з особливостей адвокаційної журналістики людиноцентризм: «Майже риторичне запитання: навіщо існує журналістика, якщо в ній немає людини?» [8, с. 9]. Саме такий принцип адвокаційної журналістики й був реалізований у випусках «Правових консультацій».

Після зміни формату випуски програми перетворилися на експертні інтерв'ю з певної правозахисної тематики. На нашу думку, така концепція є невдалим вибором, оскільки не

передбачає участі аудиторії. До зміни формату програми, кожен випуск був розглядом конкретного кейсу з порушень прав гостя із залученням ведучого проєкту як професійного юриста. Доволі вдалим, на наш погляд, був експеримент із поїздками у населені пункти Львівської області. Завдяки таким епізодам аудиторія отримувала покрокові інструкції вирішення найпоширеніших юридичних проблем у своїх громадах.

Концепція програми, яка наразі виходить в ефір, є правопросвітницькою. В нових епізодах немає пересічних громадян із реальними порушеннями прав. Натомість ведучий може зачитати листи глядачів із прикладами правопорушень, але така практика є не в усіх випусках. На нашу думку, експертні інтерв'ю, які загалом характеризують порушення прав громадян, не є адвокацією. В умовах повномасштабної війни в Україні телевізійники могли би акцентувати увагу на правах військових і ВПО із залученням історій громадян в ефірі.

Список використаних джерел

1. Толерантніші й активніші в правозахисті: як українці сприймали права людини у 2020-му. URL: https://zmina.info/articles/bilsh-tolerantni-i-aktyvnishe-zahyshhayut-svoyi-prava-stavlennya-ukrayinczіv-do-prav-lyudyny-u-2020 (дата звернення: 01.09.2022).

2. Маркова В. Сторітелінг як ефективний засіб висвітлення боротьби за права людини в медіа. Права людини та масмедіа в Україні. Збірник конспектів лекцій. Ч. 3 / за ред. І. Виртосу, К. Шендеровського. Київ : Інститут журналістики, 2021. С. 37–43.

3. Виртосу І., Бацюкова С. Адвокаційна журналістика: світовий та український досвід. Луганськ : Правозахисний центр «Поступ». 2013. 70 с.

4. Брошкова С. Проблематика та перспективи розвитку правозахисної журналістики. *Діалог: медіа-студії.* 2021. № 27. С. 25–38.

5. Шендеровський К. Передумови інституціалізації медіакомунікацій при розв'язанні соціальних проблем. Медіакомунікації та соціальні проблеми : збірка навч.-метод. матер. і наук. статей у трьох част. Частина перша. Київ, 2012. С. 8–33.

6. Про програму «Правові консультації». URL: https://1zahid.com/projects/pravovi-konsultatsiyi-z-yaroslavom-zhukrovskym/ (дата звернення: 02.09.2022).

7. Підтримка розвитку телепроєкту «Правові консультації». URL: https://biggggidea.com/ project/pidtrimka-rozvitku-teleprogrami-pravovi-konsultatsi/ (дата звернення: 01.09.2022).

8. Виртосу І., Марченко І. Правозахисна журналістика: осмислення шляхів розвитку. Права людини та масмедіа в Україні. Збірник конспектів лекцій Ч. 3 / за ред. І. Виртосу, К. Шендеровського. Київ : Інститут журналістики, 2021. С. 7–13.

Карпенко Є.І.,
магістрантка спеціальності «Журналістика»
Національного університету «Запорізька політехніка»;
Хітрова Т.В.,
кандидат філологічних наук, доцент,
професор кафедри журналістики
Національного університету «Запорізька політехніка»
Україна, м. Запоріжжя

СПОРТ І СПОРТИВНА ЖУРНАЛІСТИКА В УМОВАХ ВІЙНИ

За умов повномасштабної війни в Україні галузь спорту зазнала значних втрат. Спортивне життя розвивається переважно на рівні національних збірних, проте зовсім не в обсязі мирного часу.

Розвиток спорту в дитячо-юнацьких школах припинився. Це є загрозою його значного падіння як сфери соціальної діяльності. Нині Україна може залишитись без цілих генерацій спортсменів, які стали би кадровим резервом й новими провідниками галузі в майбутньому. Керівники профільних федерацій разом із ентузіастами вживають різних заходів з метою порятунку своїх видів спорту.

Варто зазначити, що керівництво держави докладає зусиль для вирішення проблеми. Так, питання виїзду за кордон з метою участі в офіційних змаганнях представників національних збірних за умов воєнного стану, коли полишати державу заборонено особам чоловічої статі віком 18–60 років, було розв'язане на найвищому рівні. У березні з ініціативи глави держави було запроваджено спеціальні умови для атлетів. Президент звернув увагу на те, що в ході війни додаткові свідчення в світі про Україну через перемоги на чемпіонатах континентального та загальносвітового рівнів позитивним чином впливають на імідж держави, яка воює із агресором.

Також особливістю сучасної спортивної галузі є й те, що її підтримують іноземні суб'єкти. До прикладу, чоловічі національна та молодіжна збірні з волейболу близько двох місяців проводили тренування у Естонії та ще й за кошти сторони, яка є приймаючою. Так само Чехія й Швейцарія прийняли юнацьку збірну України із хокею для тренування перед чемпіонатом світу, а також повністю оплатили усі необхідні витрати.

Водночас головна проблема спорту полягає у тому, що після 24 лютого 2022 року першості України в усіх видах припинились. Величезна кількість спортсменів не має змоги тренуватись, не кажучи вже про змагання. Атлети намагаються підтримувати форму індивідуально, проте командні види спорту чи ті, які пов'язані із технічним супроводом (як хокей, що потребує льоду), такої форми тренувань не можливі, коли країна повсякчас перебуває під загрозою ракетних обстрілів. Усе це змусило надати Міністерством молоді та спорту України дозвіл щодо проведення спортивних змагань із дотриманням всіх необхідних заходів безпеки й без глядачів у окремо взятих регіонах із 31 травня.

Також висувались ідеї проведення чемпіонатів України за кордоном. Проте фінансова складність такого проєкту не дала змогу його реалізувати.

Ще один аспект проблеми спорту за умов війни пов'язаний із тим, що багато спортсменів лишаться за кордоном і після завершення бойових дій. Як зазначає Вербицький І., імовірно частина вимушених емігрантів захоче одержати паспорти тих держав, які прихистили їх в критичний момент [1]. Якщо таке явище матиме місце, то постане питання кадрового голоду в українському спорті як відгомону війни.

Спортивна журналістика є важливим чинником розвитку спорту, виконання ним важливих соціальних завдань та функціонування інформаційного поля держави загалом. Особливо у часи війни важливим є дотримання професійних стандартів у галузі.

Журналісти, які висвітлюють спортивні події, стали також свідками воєнних дій, злочинів проти людяності, які вчиняються агресором. На жаль жертвами війни є й спортсмени. Деякі з них стають до лав української армії, а дехто потрапляє у зону окупації чи ведення активних бойових дій.

Один із відомих спортсменів скелетоністів є Владислав Гераскевич. Він входить в 20 найкращих спортсменів світу у свій дисципліні. Разом із батьком Владислав створив благодійний фонд та зміг ізолювати представників Росії від турнірів із скелетону. Владислав стикаючись із труднощами щодо політичної позиції НОК та Сергія Бубки відносно війни в Україні все ж домігся відсторонення російських спортсменів. У більшості міжнародних федераціях не вдавалось відсторонити російських спортсменів через військову агресію, адже

такого пункту не існує в статуті. Тому прийти до такого рішення вдалось лише через трибунал та тісній співпраці Міністра закордонних справ України, юристів та представників Міжнародних організацій [5].

Волонтерською діяльністю з початку війни також почав займатись 22-річний Тарас Бриж із Полтави, котрий є чемпіоном Полтавської області з кікбоксингу. Спортсмен допомагає бійцям та переселенцям, співпрацює з фондом офіс якого знаходиться у Харкові.

Майстер спорту України з легкої атлетики, учасник восьми чемпіонів Європи, призер, багаторазовий чемпіон України уродженець Луганщини Артем Алфімов став волонтером й допомагає ЗСУ та простим громадянам евакуюватись із зон бойових дій. З початку війни спортсмен допомагав у перевезенні бронежилетів, згодом у доставці посилок, медикаментів до Лисичанська та евакуації мешканців.

У Миколаєві тісно співпрацюють з волонтерами багаторазові призери чемпіонатів світу з Європи у веслуванні Сергій Безуглий та Максима Прокопенко. Спортсмени створили фонд з підтримки українців. Щодня фонд опрацьовує до 80 заявок. Потреби різноманітні – від продуктів харчування до ліків, від одягу до засобів гігієни. Розширилася і географія. Якщо спершу працювали суто для заповнення потреб у Миколаєві, то тепер заявки надходять і з області.

Серед паралімпійців також є визначні постаті. Фехтувальник Олег Науменко з Миколаєва декілька разів їздив на спортивні збори та посів друге місце на етапі Кубку світу з фехтування. Він допомагає збирати гроші для українських військових. Та паралельно готується до Чемпіонату Європи, залишаючись в Миколаєві, тренується у спортзалі.

У Миколаєві з ініціативи плавців-паралімпійців Андрія Козленка та Богдана Гриненка створили групу волонтерів, що допомагає місцевим жителям та ЗСУ. Команда допомагає жінкам з дітьми, багатодітним сім'ям, людям з інвалідністю, пенсіонерам. Загалом волонтерський центр уже допоміг більш як п'яти тисячам миколаївців. Паралімпійський фехтувальник, бронзовий призер XV Паралімпійських ігор Олег Науменко разом із командою також збирає кошти на виготовлення перископів для військових. Їх друкують на 3D-принтерах. Перископ допомагає проглядати позиції противника не виходячи з укриття, і тим самим убезпечує українських захисників від мінометних обстрілів. За два місяці надрукували на 3D-принтерах уже 150 перископів. Окрім того, майстер спорту з настільного тенісу Олег Шемчук власноруч виготовляє і продає мочалки. Кошти з продажу кожного четвертого виробу перераховують на рахунок ЗСУ.

З перших днів повномасштабного вторгнення українські спортсмени стали на захист держави. На жаль, багато з них втратили життя від зброї окупантів. Вони свідомо обрали шлях захищати Україну. Одним із таких героїв є мешканець села Кривополе Верховинського району 24-річний Анатолій Розвадовський. У Верховині почав займатися рукопаш гопаком, потім досконало опанував техніку бразильського джиу-джитсу, був вихованцем тренера Віталія Стасіва, а згодом і сам почав тренувати дітей. Військовий загинув від влучання ворожого снаряду на сході України. Анікін Олександр 19-річний гравець команди з американського футболу «Здолбунівські орли» загинув під Лисичанськом. Олександр був посмертно нагороджений орденом «За мужність» ІІІ ступеня. Бідняк Іван 36-річний майстер спорту міжнародного класу з кульової стрільби загинув під час бою з окупантами на Херсонщині. Біркун Єгор Член збірної України зі змішаних єдиноборств загинув при обороні Маріуполя. Біркун мав представляти нашу команду на чемпіонаті світу з ММА GAMMA, який стартував у день його смерті. Народився Єгор у Кривому Розі, служив у лавах полку «Азов». Мартиненко Дмитро Гравець ФК «Гостомель» і його мама загинули внаслідок вибуху російської бомби, яка влучила в їхній будинок. Футболіст був найкращим бомбардиром та найкращим гравцем другої ліги чемпіонату Києво-Святошинського району. Реальна кількість вбитих серед спортсменів набагато більша [6].

Інформації про таких представників спорту перш за все доносять до світу саме спортивні журналісти, які виконують функцію рупору галузі.

Проте спортивна журналістика також продовжує свою основну діяльність із висвітлення спортивних подій. Хоча й тут перемоги українських спортсменів завжди виходять за межі спорту й стають чинниками моральної та інформаційної підтримки як війська, так і українського суспільства в цілому.

Вагомою є і робота спортивних журналістів в Україні щодо висвітлення руйнівних наслідків російської агресії для галузі спорту в Україні [4]. Докази злочинів проти конкретних спортсменів, а також фіксація знищення об'єктів спортивної інфраструктури є додатковим аргументом для виключення представників Росії із спортивних змагань у світі, що є важливим інструментом інформаційної боротьби із загарбником.

Таким чином, український спорт у час війни зазнає значних випробувань, водночас продовження діяльності та підтримка спортивної галузі є важливим чинником демократичного поступу українського суспільства в сучасних умовах. Спортивна журналістика тепер поєднує функцію інформування суспільства про галузь спорту із функцією висвітлення впливу війни не неї.

Список використаних джерел

1. Вербицький І. Зберегти український спорт в умовах війни – це надважливо! Інтернет-ресурс «Стожари. Сайт української діаспори». URL: https://svitua.org/2022/08/04/zberegty–ukrayinskyj–sport–v–umovah–vijny–cze–nadvazhlyvo.

2. Печончик Т. Чому важливо говорити правду під час війни. Інтернет-ресурс Zmina. URL: https://zmina.info/columns/chomu–vazhlyvo–govoryty–pravdu–pid–chas–vijny.

3. Робота журналіста під час війни схожа на роботу в умовах радіації: потрібно вчасно залишати небезпечну зону. Інтернет–ресурс Національної спілки журналістів України. URL: https://nsju.org/novini/robota–zhurnalista–pid–chas–vijny–shozha–na–robotu–v–umovah–radiacziyi–potribno–vchasno–zalyshaty–nebezpechnu–zonu.

4. Спорт серед руїн та війни: інтерв'ю з фотографом Миколою Синельниковим. Інтернет-ресурс «Дом». URL: https://kanaldom.tv/uk/sport–sered–ruyin–ta–vijny–intervyu–z–fotografom–mykoloyu–synelnykovym.

5. Офіційний сайт «Tribuna.com». URL: https://ua.tribuna.com/uk/tribuna/blogs/crazygenius/3050055.

6. Офіційний сайт «Укрінформ». URL: https://www.ukrinform.ua/ rubric–sports/3558040-vladislav-geraskevic-skeletonist-volonter.html

Кодацька Н.О.,
кандидат соціологічних наук, доцент,
в.о. завідувача кафедри журналістики
Університету митної справи та фінансів
Україна, м. Дніпро

ЕТИЧНІ ДИЛЕМИ В ЖУРНАЛІСТСЬКІЙ ДІЯЛЬНОСТІ ПІД ЧАС ВІЙНИ

Важливість неухильного дотримання журналістських стандартів і етики під час війни є невід'ємною складовою якісної журналістської діяльності. Саме дотримання професійних стандартів та етичних принципів забезпечує виконання основної місії журналістики – служіння суспільству через донесення правди. Розглядаючи журналістику крізь призму

герменевтики В.М. Владимиров так визначав її суть: «Місією журналістики є інформаційне забезпечення досягнення масового розуміння», він також говорив про двоєдину місію журналістики: інформувати й забезпечувати розуміння інформації [1, с. 76]. Отже, місія журналістики, за В.М. Владимировим полягає в забезпеченні права кожного члена суспільства не просто на інформацію, а на інформаційне забезпечення його діяльності, вільного вибору поведінки, умовою якого є знання, тобто володіння правдивою інформацією. Недопустимість порушення журналістської етики в умовах війни, а також дотримання професійних стандартів є базовими засадами для виконання місії та функцій журналістики.

Важливо підкреслити, що етичні стандарти нерозривно взаємопов'язані з професійними стандартами журналістики, як влучно зазначив Андрій Куликов: «Суть професійних стандартів – правдива і вчасна інформація. Наша аудиторія потребує саме правдивої і вчасної інформації. Інакше ми виявляємо неповагу до тих, хто залежить від нашої роботи. Правдива і вчасна інформація рятує життя. Брехня і поспіх або, навпаки, затримка повідомлення занапащають життя» [6, с. 3]. Тож професійне виконання журналістом своєї роботи означає ретельне дотримання ним Кодексу етики українського журналіста – документа, що визначає основні морально-етичні орієнтири, яких журналіст має дотримуватися при виконанні своїх професійних обов'язків [2]. Нагадаємо, що Кодекс містить лише дев'ятнадцять статей, які написані на основі прав і свобод людини, викладених у Загальній декларації прав людини, Всесвітній Хартії свободи преси ООН, Декларації принципів поведінки журналіста Міжнародної Федерації журналістів, Конституції України та чинного українського законодавства.

«Термін «етика» часто вживається як визначення норм поведінки, сукупності моральних правил певної суспільної чи професійної групи… Дотримуються або не дотримуються її порівняно небагато людей, а саме ті, хто працюють у нашій гільдії. Наслідки дотримання чи недотримання відчуває абсолютна більшість із нас, бо більшість із нас споживає виготовлений за правилами чи проти правил продукт», – саме таке бачення голови Комісії з журналістської етики Андрія Куликова щодо сутності журналістської етики [6, с. 4].

Дотримання першої статті Кодексу етики українського журналіста щодо свобода слова та висловлювань, які є невід'ємною складовою діяльності журналіста, може викликати певні етичні дилеми під час дії воєнного стану. Це пов'язано з нормами Закону України «Про правовий режим воєнного стану», що передбачає тимчасове, зумовлене загрозою, обмеження конституційних прав і свобод людини і громадянина та прав і законних інтересів юридичних осіб із зазначенням строку дії цих обмежень. Зокрема, обмеження можуть стосуватися й свободи слова. Ці обмеження пов'язані з тим, що оприлюднення деякої інформації може становити ризик для цивільних та військових. Проте, необхідно пам'ятати, що допустимо передавати інформацію, якщо окупанти завдають руйнувань важливим об'єктам цивільної інфраструктури – дитсадкам, лікарням, школам, телевежам, пологовим будинкам тощо. Така інформація може бути важливим доказом злочинів Росії проти України. Також такі інформаційні повідомлення будуть потрібні для майбутнього процесу над РФ у Міжнародному кримінальному суді в Гаазі [6, с. 9].

Зловживання журналістами мовою ворожнечі також є недопустимим, хоча часто виступає компонентом комунікативної війни і часто посилюється під час збройних конфліктів. Нагадаємо, що мовою ворожнечі позначають дискримінаційні та некоректні висловлювання щодо окремих груп чи спільнот, або щодо окремих людей як представників цих спільнот. Стилістично забарвлена лексика є ефективним журналістським інструментом, який увиразнює текст та посилює вплив на читача. Журналісти використовують різні стилістичні прийоми для висловлення оціночних суджень, які не підлягають спростуванню або доведенню їхньої правдивості. Зазвичай такі слова і вирази вживаються в публіцистичних жанрах журналістики, коли журналісти можуть уживати слова з негативним або позитивним відтінком, щоб

висловити думку або ставлення до тих чи інших заяв, подій, явищ тощо. Тоді як в інформаційних жанрах має переважати нейтральна лексика, а факти, судження і припущення мають бути чітко відокремлені одне від одного. У переважній більшості випадків ідеться про використання стилістично забарвлених синонімів до висловів «російсько-окупаційні війська», «російські загарбники», «військові країни агресора» тощо. Використання таких слів у журналістському матеріалі не дискримінує групу людей за національною ознакою. Йдеться не про приналежність до певної національності, а про приналежність до групи, яка є ворожою до українців, сповідує російсько-фашистську ідеологію та діє відповідно до цієї ідеології. Термін «рашизм» як скорочену назву «російського фашизму» активно тлумачать українські та іноземні науковці, цей термін стає звичним для експертного середовища. Комісія з журналістської етики не вбачає порушень у використанні слів «рашизм», «рашисти» щодо російських окупантів та інших носіїв російсько-фашистської ідеології. Визнання російського режиму як фашистського має значення для консолідації всіх антивоєнних сил і припинення будь-яких контактів із державою-агресором. Також Комісія з журналістської етики засуджує вживання нецензурної лексики в журналістських матеріалах та в ефірі. Журналістам рекомендується утримуватися від уживання образливих висловів, ненормативної лексики, якщо тільки це не виправдане контекстом, але і в цьому разі уникати частого вживання такої мови. У матеріалах, присвячених відповідальності країни-агресора та її військових за воєнні злочини і порушення прав людини, доцільно використовувати термінологію українського законодавства та міжнародного права [6, с. 15].

Особливої уваги також потребує дотримання етичної поведінки журналіста в процесі проведення інтерв'ю з людьми, які пережили травму. У першу чергу, висвітлюючи травматичні події, слід мінімізувати можливі страждання, що їх переживають уцілілі жертви чи їх родини. А також ставитися з повагою та розумінням до їхніх почуттів та переживань. Відтак обережність у висловлюваннях під час розмови з такими особами є головним правилом. Клінічний психолог Кевін Бекер (Kevin Becker), який має 25-річний досвід роботи з людьми, що зазнали травми, рекомендує пам'ятати журналістам, що після трагічної події люди потребують трьох речей: безпеки, передбачуваності та контролю. Відтак журналісти мають створити таким героям безпечний простір для розмови та гарантувати, що їхні слова будуть передані точно. Також потрібно дати таким людям можливість самим обирати, якими фактами ділитися, що на практиці означає відсутність тиску заради отримання інформації під час інтерв'ю. І Кевін Бекер, і українські психологи, які працюють з травмованими за різних обставин людьми, радять журналістам вивчити основи психології, і зокрема розуміти, які можуть бути психологічні реакції на катастрофи чи інші травматичні події [7].

Британська телерадіомовна корпорація у Редакційних настановах зазначає, що інтерв'ю з людьми, які були травмовані чи зазнали страждань, є важливим, тому варто просити про отримання такого інтерв'ю, проте у той же час не рекомендує своїм журналістам: чинити тиск на таких людей щодо проведення інтерв'ю чи отримання інформації; турбувати їх численними телефонними дзвінками, через електронну пошту, текстовими повідомленнями; перебувати у їхньому приватному володінні, всупереч прохання залишити його; слідувати за ними, якщо вони пересуваються. Також Бі-Бі-Сі нагадує про можливу негативну реакцію аудиторії і про те, що драматичні сцени скорботи можуть засмутити чи викликати роздратування частини аудиторії. Журналісти мають пам'ятати, що некоректно представлений контент про травматичні події, тобто з акцентом на шокуючи сцени чи почуття, показ мертвих людей, чи тих, хто помирає, може призвести до психологічної травми у споживача такого контенту. Особливо це стосується дітей через особливу вразливість їх психіки [8].

Спілкуючись із людьми, які пережили травму, журналістам не варто: використовувати термін «жертва», краще – «людина, яка пережила травму»; виражати жаль у будь-який спосіб; співчувати можна, жаліти – ні; тиснути на людину, маніпулювати її почуттями; випитувати

шокуючі подробиці; інтерпретувати емоції та почуття замість самої людини; навмисно драматизувати розповідь [7]. Комісія з журналістської етики постійно нагадує, що журналісти повинні завжди забезпечувати баланс між суспільним інтересом щодо повної і точної інформації та потребою бути співчутливими. Завжди варто поважати недоторканність приватного життя і гідність мертвих. Варто також уникати необґрунтованого показу крупним планом облич і серйозних травм або інших матеріалів, пов'язаних із насиллям.

Отже, журналістські стандарти та етичні принципи під час війни суттєво не відрізняються від стандартів та етичних норм у мирні часи. Крім того, саме через війну журналісти і редакції мають посилювати свою пильність до стандарту достовірності й точності, подаючи матеріали в ефіри телеканалів, радіо чи онлайн. «Брехати задля перемоги, приховувати правду – так само згубно, як вводити в оману заради будь-якої іншої мети, якою шляхетною вона б не видавалась», – таку відповідь дає Андрій Куликов на вирішення етичної дилеми щодо дотримання вірності засадам професії журналіста і турботи про безпеку аудиторії [6, с. 4]. Можна її доповнити і загальновідомою настановою про важливість використання нейтральної лексики журналістами при підготовці власних матеріалів, уникнення оціночних формулювань і суджень, а також не використання мови ворожнечі, як би складно це не було в умовах війни.

Список використаних джерел

1. Владимиров В.М. Журналістика, особа, суспільство: проблеми розуміння: монографія. Київ : Київ нац. ун-ті ім. Т. Шевченка, 2003. 282 с.

2. Кодекс етики українського журналіста. URL: https://www.cje.org.ua/ua/code

3. Корню Даніель. Етика засобів масової інформації / пер. з фр. С. Гринцевич. Київ : К.І.С., 2004. 130 с.

4. Кузнецова О. Д. Журналістська етика та етикет : монографія. Львів : Світ, 1998. 412 с.

5. Кузнецова О. Д. Професійна етика журналіста: посібник. Львів : ПАЇС, 2007. 246 с.

6. Саморегуляція українських медіа під час дії воєнного стану в Україні. З досвіду роботи Комісії з журналістської етики : аналітично-довідковий збірник / за заг. ред. Л. Кузьменко, Л. Кущ, М. Дворового, О. Погорелова. Київ : Комісія з журналістської етики, 2022. 90 с.

7. Семенченко М. Психологія інтерв'ю: як розмовляти з людьми, що пережили травму / Як викладати журналістику конфлікту. Посібник для викладачів факультетів журналістики / заг. ред. Дуцик Д.Р., Київ : ГО «Український інститут медіа та комунікації», 2019. URL: https://www.slideshare.net/UMCI18/conflict-journalism-a4l-small/UMCI18/conflict-journalism-a4l-small

8. Толокольникова К. Журналіст і травма: як діяти. Поради виконавчого директора Дартівського центру журналістики і травми Брюса Шапіро. URL: https://ms.detector.media/how-to/post/12070/2014-12-10-zhurnalist-i-travma-yak-diyati/.

Кондрико А.А.,
кандидатка наук із соціальних комунікацій,
директорка Центру медіааналітики «Cyber Media Track»,
засновниця та голова ГО «Синергія аналітиків України»,
викладачка Школи помічника народного депутата,
Української школи урядування НАДС України та
Запорізького регіонального центру підвищення кваліфікації,
членкиня Національної спілки журналістів України
Україна, м. Київ

ОПТИМІЗАЦІЯ СИСТЕМИ ЖУРНАЛІСТСЬКОЇ ОСВІТИ З УРАХУВАННЯМ РЕАЛІЙ ТА ТРЕНДІВ ФАХУ

Проблема реформування системи журналістської освіти постала давно: зміни суспільних реалій та професійних викликів тягнуть за собою необхідність корегування вимог до тих, хто незабаром працюватиме медійником в Україні та поза її межами. Вказана проблема є складною для розв'язання, у першу чергу, через наявність різних вимірів, у яких перебувають викладачі та практики. Так, перші переважно вважають за необхідне братися за історичні та теоретичні підвалини фаху: сповідують канони традиційної журналістики і прагнуть озброїти класичними знаннями та навичками студентів (журналістикознавство в усіх його виявах). Ті ж, хто працює за фахом і приймає до себе на роботу вчорашніх випускників, вимагають від них чітких практичних вмінь відповідно до трендів сучасності і посадових обов'язків. «Забудь все, чому тебе вчили у виші» – поширена фраза, яка і сьогодні часто супроводжує первинну комунікацію між співробітниками ЗМІ та практикантами, стажерами, пошукачами, новоприбулими до редакцій.

Не секрет, що практики лише зрідка можуть стати викладачами, адже умовою працевлаштування до ВНЗ є наявність наукового ступеня, здобуття якого тільки у поодиноких випадках супроводжує професійну кар'єру журналіста. Тож, медійники мають можливість взаємодіяти зі студентами хіба під час нерегулярних майстер-класів, вебінарів чи тренінгів, а з викладачами – у ході конференцій та різного роду зустрічей. А тому навряд чи можуть суттєво вплинути на зміни у навчальних планах, програмах та методиках. Окремо варто згадати про роль навчально-методичних відділів університетів та академій, співробітники яких, як правило, мають стереотипне/застаріле/теоретичне уявлення про професійні особливості та актуальні вимоги до представників різних професій.

Враховуючи безпосередній 13-річний досвід роботи на факультеті журналістики регіонального університету (до осені 2020 року включно), наявність досить широкого кола колег у медіаіндустрії та кількарічну практичну діяльність на посаді директора Центру медіааналітики «Cyber Media Track», маємо власне бачення необхідних трансформацій у медіаосвіті. Підкреслимо, що ми свідомі того, що за два роки ситуація могла зазнати змін. До того ж, підхід у різних вишах може суттєво відрізнятися через широкі повноваження, що надає їх адміністраціям автономія в ухваленні стратегічних рішень.

Насамперед мова піде про формування професійних компетентностей універсального співробітника, який має бути обізнаним не лише у грамотному написанні якісних текстів журналістських жанрів чи створенні відповідного фотокадру, а й володіти навичками роботи у редакторах растрової та векторної графік. Зокрема, Adobe Photoshop допомагає покращувати якість фотоконтенту, а в Adobe Illustrator створюються якісні обкладинки чи інфографіка. У традиційних редакціях із повноцінним штатом працівників подібні обов'язки є диференційованими, проте таких структур стає все менше. Натомість, з кожним роком під час працевлаштування нового молодого фахівця до нього висувається все більше вимог, що спричинені прагненням керівництва скоротити витрати на вузькопрофільний людський ресурс.

Принагідно додамо, що згадана інфографіка є важливою складовою сучасного медіапростору, адже схематично візуалізує значну кількість текстової інформації та сприяє розстановці необхідних автору акцентів. Іншими словами, актуалізується безсумнівна потреба у розвитку аналітичних здібностей студентів для систематизації інформації у поєднанні з оволодінням доступним програмним забезпеченням, що ставить логічне завдання перед розробниками навчальних планів – доповнити їх відповідними дисциплінами.

По-друге, поглибленого вивчення вимагає методика OSINT (Open Source Intelligence), що дозволяє знаходити максимальну кількість інформації у відкритих джерелах Інтернету та складати повноцінні цифрові портрети. Це і дослідження аккаунтів у соцмережах, відкритих громадськості реєстрів (списки юридичних та фізичних осіб, підприємців, громадських формувань, учасників судових рішень, боржників, люстрованих осіб, декларації посадовців тощо), і коректне використання пошукових систем для релевантних результатів, і застосування спеціальних програм пошуку даних (наприклад, по фотографії та відеоролику), і робота з актуальними базами даних із телефонами, паролями, адресами, банківською інформацією, і юзання ботів, що пропонують послуги з моніторингу конкретних об'єктів, ідентифікації та відстеження їх вебактивності тощо. На деяких факультетах журналістики про OSINT побіжно згадують у контексті дисципліни «Журналістське розслідування», однак, на нашу думку, кількох пар на вивчення всіх його можливостей недостатньо.

По-третє, видається нагальним опанування системами медіамоніторингу, що сьогодні за умови передплати доступні кожному. Платформи на кшталт Semantrum, YouScan, LookMe та ін. дозволяють у режимі реального часу відстежувати згадуваність об'єкта дослідження в інформаційному просторі, а також отримувати уявлення про гендерні і вікові особливості читацької аудиторії, географію зацікавлених, піки суспільних резонансів, тональність текстів і коментарів та ін. Вказані автоматизовані алгоритми значно полегшують роботу журналістів та піарників, а також сприяють розширенню поля їх обізнаності у певних тематичних межах.

По-четверте, існує потреба збільшити кількість годин на дисципліни, пов'язані з формуванням навичок медіа- та кіберграмотності. Якщо вміння перевіряти інформацію частково вже напрацьовується у студентів більшості українських вишів, то ситуація з кіберризиками і загрозами, як правило, лишається поза увагою викладацького складу. В умовах дистанційного навчання і професійної діяльності такі прогалини можуть спричинити суттєві негативні наслідки для фізичної та фінансової безпеки майбутнього фахівця. Тому навички налаштування конфіденційності персональних гаджетів і роутерів, браузерів і облікових записів, аккаунтів у соцмережах і месенджерах, усвідомленого користування Інтернетом, розпізнавання типових шахрайських схем мають формуватися ще під час навчання, а не після нанесення шкоди зловмисниками журналісту та його колегам через спільні сервери та доступи.

Ми свідомі того, що запровадження цих та інших змін не є можливим без залучення практиків, яких, на жаль, зі вказаних вище причин складно працевлаштувати у заклади вищої освіти, та й самі вони не завжди готові до педагогічної, методичної та інших видів вишівських робіт. Однак за умови постійної співпраці із медійниками у форматі консультацій, зустрічей, тренінгів, невеликих за обсягом факультативів, узгоджень, інших спільних заходів оптимізація цілком реальна те безболісна. Зауважимо, що практики з фаху зацікавлені у поповненні їх рядів компетентними випускниками, бо це дозволить 1) зекономити час та зусилля вже у найближчому майбутньому, 2) ще на етапі спілкування зі студентами виявити потенційних співробітників для укладання кадрового резерву.

Мартиняк А.С.,
магістр спеціальності «Журналістика»
Запорізького національного університету;
Пирогова К.М.,
кандидат філологічних наук, доцент,
доцент кафедри соціальних комунікацій та інформаційної діяльності
Запорізького національного університету
Україна, м. Запоріжжя

СПЕЦИФІКА ІНФОРМАЦІЙНО-КОМУНІКАТИВНИХ ТЕХНОЛОГІЙ СПОРТИВНИХ БЛОГІВ В ІНТЕРНЕТ-ЗМІ

В сучасному інформаційному просторі спортивний контент посідає одну з провідних позицій популярності серед реципієнтів. Спорт є найбільш обговорюваним та популярним серед блогерів, щоб не трапилося у нашому світі: війна, голод, конфлікти. Для політичних діячів спорт це заклик до миру, свідома можливість показати себе на міжнародній арені. Блогери в таких ситуаціях відіграють важливу роль, висвітлюючи події в своїх інформаційних ресурсах.

Головною специфікою блогу є висвітлення контенту, який готові сприймати підписники. Особливістю його в інтернет ЗМІ є саме емоції автора, які він передає через власну стилістику та подачу матеріалу. Автору потрібно подати емоції так, щоб навіть пересічна людина захотіла дочитати матеріал до останнього рядка.

Основні ознаки блогу, які відрізняють від інтернет ЗМІ – це авторська, суб'єктивна інформація, записи розташовані в хронологічному порядку, інтерактивність, доступність, відкритість та періодичне оновлення. Ці ознаки притаманні усім блогам, зокрема й спортивним.

Сучасна спортивна журналістика виконує ряд функцій. Серед них треба виділити: інформаційну, аналітичну, виховну, розважальну і стресову. Головні функції спортивних блогерів та їх блогів: інформаційна, пропагандистська, агітаційна, рекламна. Інформаційна є однією з найважливіших функцій у спортивній журналістиці. Функція реалізовується при висвітленні подій, анонсів, прогнозів. Також сюди можна віднести всі переходи, які відбулися [3]. Пропагандистська функція активно застосовується в блогосфері, зокрема автори використовують власний авторитет серед аудиторії та подають інформацію у потрібному їм руслі. Саме тому, в пропагандистські проєкти вкладають великі кошти, щоб нагадувати аудиторії, як потрібно думати про ті чи інші речі.

Спортивні журналісти виконували роль тих, хто буде пояснювати людям про тріумфи спортсменів. Загалом, для таких граней пропагандистської роботи, як виховання патріотизму або боротьба з ворожою ідеологією, сфера спорту була найкращим вибором, адже до неї прислуховувалася.

Інформаційно-комунікативні технології в блогах використовуються, як професійними журналістами, так і аматорами. Найголовніше завдання їх застосування – це максимальне привернення уваги аудиторії та оригінальна подача, що дозволяє закріпити індивідуальний стиль та імідж автора. Такі блоги можуть існувати на окремому блог-хостингу, на сайтах інтернет-ЗМІ, також вони можуть існувати у соціальних мережах.

Тривалість блогів визначається досконалістю засобів, цілями та мотивацією автора. Такі блоги повинні пройти перевірку часом, від невеликої аудиторії до популярності. При цьому інформаційно-комунікативні технології простежуються не лише, як блогерів, а ще й як маркетологів.

Блоги надають більшу свободу для творчості, ніж традиційна журналістика, оскільки не мають обмежень ні у змісті, ні у формі, ні в обсязі або кількості публікацій, ні у часі написання. Отже, в блогах спостерігаємо інформаційно-комунікативні технології, які дозволяють реалізувати низку функцій, завдань та виробляють сприйняття індивідуального стилю автора.

Список використаних джерел

1. Бакуменко Л.А. Спортивна термінологія: історія, стан перспективи. *Вісник Харківського національного університету.* Серія «Філологія». Харків, 2000. Вип. 491. С. 360–365.

2. Садовник О. Український спортсмен як уособлення іміджу українського спорту. Динаміка наукових досліджень-2003 : матеріали II Міжнародної науково-практичної конференції. Дніпропетровськ-Одеса-Львів : Наука і освіта, 2003. Т. 7. С. 28–31.

3. Сазонова Ю. О. Спортивна журналістика України: провідні персоналії та основні газетно-журнальні видання (XIX–XXI ст.). Миколаїв : Вид-во ЧНУ ім. Петра Могили, 2020. 256 с.

Марченко Д.І.,
студентка спеціальності «Журналістика»
Національного університету «Запорізька політехніка»;
Єськова К.В.,
старший викладач кафедри журналістики
Національного університету «Запорізька політехніка»
Україна, м. Запоріжжя

ОСОБЛИВОСТІ СТВОРЕННЯ ТЕЛЕВІЗІЙНОГО РЕПОРТАЖУ

Що таке репортаж? Журналістський матеріал про подію. Термін походить від французького reportage – повідомляти, латинська основа – reporto – передавати. Найважливіша риса репортажу як інформаційного жанру – оперативність. Ще більш суттєва ознака – кореспондент обов'язково має бути очевидцем події, на перший план обов'язково виходить особистісне сприйняття, відбір фактів і деталей.

Новинний репортаж. Оптимальний набір: картина місця події, синхрон учасника та (або) синхрон експерта, stand-up на тлі місця події з деталями, які чітко фіксують присутність кореспондента на цьому місці. Проте виконання досить простого за формою сюжету обтяжене низкою проблем. Перша – можливість максимально швидкого прибуття групи на місце події, наявність можливості зйомок та отримання інформації. Інша не менш важлива проблема – можливість передачі матеріалу до своєї редакції до необхідного часу напередодні випуску.

Інформаційний (проблемний) та аналітичний репортажі. Це сюжети, не пов'язані, як правило, з подією сьогодення, що випливає з самих визначень. Важливим елементом аналізованих типів сюжетів є присутність у них оцінного, коментарного моменту. Вищим пілотажем оцінки того, що відбувається, можна вважати «оцінку через факт». Іншим способом передачі оцінок може бути синхрон, однак у цьому випадку дуже істотна особистість інтерв'юйованого. Точніше, його соціальний статус через призму того, що відбувається та того, про що йдеться.

Тема. Для випуску в ефір практично будь-якого з різновидів репортажу необхідний інформаційний привід, який, власне, визначає тему телевізійного матеріалу. Найпростішим в цьому плані є подієвий репортаж, де інформаційним приводом є сам факт події, про яку розповідає сюжет.

Підводка ведучого. Складання підводки до того чи іншого сюжету є взагалі обов'язком випускової команди. Проте кореспондент дуже часто пропонує свій варіант: це необхідно, крім іншого, і для більшого розуміння співробітниками випускової команди події або проблеми. Співробітники випуску до отримання сюжету від свого кореспондента мають уявлення про тему в основному від інформаційних агентств. Така інформація може бути, по-перше, надто загальною, по-друге, не завжди точною. У багатьох випадках підводка, складена кореспондентом, дозволяє ведучому органічно ввести сюжет у канву випуску.

Текст. Один із головних принципів телебачення звучить так: нехай картинка розповість про подію. Це в ідеалі. На практиці найбільш оптимальним виявляється таке поєднання текстової та відеоінформації, коли вони не суперечать одна одній.

Основні принципи підготовки тексту. Найбільш уніфіковані вимоги щодо підготовки тексту для телематеріалу визначаються такими критеріями: точність, ясність викладу, лаконічність.

Природно, що до гранично загальних умов виконання цих вимог можна віднести якість літературної підготовки журналіста, ступінь володіння ним матеріалом теми, досвід роботи на телебаченні та багато іншого.

Структура та композиція телерепортажу. Практично всі сучасні телевізійні репортажі, призначені для новинних та інформаційних програм, складаються з небагатьох структурних елементів. Це stand-up, закадровий текст, синхрон. Іноді використовується репераунд. І це, мабуть, все. Розташування названих елементів у сюжеті, а також обов'язковість використання всіх їх частин або якоїсь однієї обов'язкових канонів, як правило, не мають.

Найбільш класичний репортаж новин через призму названих вище структурних елементів може виглядати так:

– stand-up з початком розповіді про подію;
– закадровий текст з продовженням розповіді кореспондента;
– синхрон дійової особи, експерта, коментатора, свідка і тощо (можливі 2-3 синхрони);
– закадровий текст, у якому закінчується виклад основної інформації;
– stand-up з висновками та прогнозами.

Природно, ця схема значною мірою є приблизною.

Вказівка джерел інформації та цитування. Як правило, в телевізійному матеріалі цитування слід по можливості уникати. Якщо це важливо і цитовані слова не збігаються з поглядом кореспондента й редакції (і навіть, якщо цитата містить спірну інформацію), слід мовними засобами свого тексту чітко позначити межі цитованого та вказати автора.

Числівники та власні імена. Сприймати числівники на слух завжди досить складно, а увага глядача, що сидить біля телевізора, привернута ще й до відеоряду. Тому за будь-якої можливості, якщо це не завдасть шкоди змісту сюжету в цілому, числівників необхідно уникати. У деяких випадках (наприклад, у сюжеті про динаміку курсу валют) цілком можна оперувати в закадровому тексті цифрами, але в цьому випадку необхідно, щоб цей текст збігався з відповідним відеорядом (наприклад, табло з курсами валют, про які йдеться).

Абревіатури. Незважаючи на постійне прагнення до стислості, використання абревіатур у телевізійному сюжеті необхідно звести до мінімуму. Мають право на використання без розшифровки виключно загальноприйняті абревіатури, зрозумілі переважній більшості глядачів. Виходячи з інтересів глядача, який в ідеалі повинен точно зрозуміти те, що репортер прагне до нього донести, категорично неприпустимо використовувати абревіатури, що використовуються в окремому регіоні або серед людей однієї професії, які працюють в одній галузі.

Репераунд, інтершум використовуються як виражальні засоби.

Взаємодія кореспондента та оператора. Зрозуміло, що під час роботи кореспондент та оператор перебувають у постійному контакті. Особливо це стосується роботи на подіях, що містять дуже багато зайвої, надмірної інформації. Це насамперед стосується різноманітних нарад і з'їздів, а також прес-конференцій, зборів тощо. Між кореспондентом і оператором, які в ході події зовсім не обов'язково знаходяться поруч, має бути заздалегідь узгоджена система якихось знаків, що несуть один одному певну інформацію.

По суті справи, репортаж – це поетапна фіксація автором результатів свого спостереження. Журналіст, щоб написати репортаж, повинен стежити за тим, як розвивалася подія, визначати ключові моменти, фіксувати поведінку людей, учасників або очевидців події.

Список використаних джерел

1. Князев А. Основы тележурналистики и телерепортажа : учебное пособие. Бишкек : КРСУ. 2001. 90 с.
2. Холод О. Основи тележурналістики : курс лекцій. Київ : КиМУ, 2012. 121 с.

Мірошниченко П.В.,
кандидат філологічних наук, доцент,
доцент кафедри журналістики
Запорізького національного університету
Україна, м. Запоріжжя

ПРОФЕСІЙНІ ЖУРНАЛІСТСЬКІ СТАНДАРТИ В УМОВАХ ВІЙНИ

Чи працюють під час війни професійні стандарти журналістики? Як журналістам і журналісткам їх дотримуватися в умовах воєнного стану, працюючи в тилу та на фронті? Які правила в професійній журналістиці під час війни треба використовувати, щоб допомагати авдиторії бути якісно поінформованою, не порушувати законів держави та не сприяти ворогові? Ці та подібні питання набули неймовірної гостроти та значущості від початку повномасштабного вторгнення РФ в Україну як серед представників журналістської спільноти, так і експертного середовища (медіадослідників, медіакритиків і т. д.).

Одна з перших фахових дискусій із пошуку відповідей на вищезазначені питання відбулася під час онлайн-обговорення теми «Як війна впливає на журналістські стандарти». Головний редактор видання «Детектор медіа» Отар Довженко запропонував трактувати професійні стандарти журналістики «як сукупність сталих підходів чи правил поводження з журналістським матеріалом, які дозволяють донести до аудиторії правдиву, не спотворену та повну інформацію, яка не зманіпулює та не дезінформує та не буде грати на руку третій стороні» [1]. Йдеться про шість професійних стандартів журналістики: баланс думок, достовірність, відокремлення фактів від коментарів, точність, повнота й оперативність.

Регіональна представниця Інституту масової інформації в Запорізькій області Наталія Виговська вважає, що три стандарти в умовах війни порушуються вимушено, бо, власне, триває війна. Це стандарт оперативності, точності та повноти [2]. Так, оприлюднювати інформацію про обстріли й авіаудари, а також зроблені фото та відео про події журналісти можуть: по завершенню 12 годин для військових об'єктів, через 3 години – для цивільних об'єктів. Про це, зокрема, йдеться в Спільній заяві Міністерства культури та інформаційної політики України, Міністерства оборони України та представників ЗМІ [3]. Отже, вже через цю вимогу стандарт оперативності порушується. Так само під тиском вимог воєнного часу, а також заради безпеки цивільних і українських військових, дещо обмежено стандарти точності й повноти. Вони традиційно взаємозалежні та дуже тісно пов'язані зі стандартом достовірності.

Під час війни поширення певної інформації має обмеження. Спеціальний наказ головнокомандувача Збройних сил України про взаємодію між ЗСУ та засобами масової інформації під час воєнного стану визначає перелік інформації, оприлюднення якої обмежено. Так, додаток 2 до цього наказу містить Перелік відомостей, розголошення яких може поінформувати противника про дії Збройних сил України, негативно вплинути на хід виконання завдань тощо [4].

У роз'яснювальному матеріалі щодо цього наказу на сайті Інституту масової інформації наголошено: цей наказ не поширюється на висвітлення питань, не пов'язаних зі Збройними силами України та організацією оборони країни. Постанова Кабінету Міністрів України, яка мала б регулювати інформаційну діяльність та її обмеження в решті питань, наразі відсутня. Однак журналістам та ЗМІ варто пам'ятати, що, навіть якщо законодавство прямо не забороняє висвітлення певних питань, це може спричинити шкідливі наслідки. На переконання Алі Сафарова, «питання руйнувань та пошкоджень інфраструктури міст України надає можливість московським агресорам корегувати вогонь, знищувати вцілілі будівлі та засоби забезпечення тощо. Питання забезпечення населення харчовими продуктами, водою, електрикою також може призвести до ударів ворога по шляхах підвезення і місцях зберігання продуктів, по вразливих точках електромережі тощо» [5].

17 березня 2022 року Головне управління розвідки Міністерства оборони України закликало представників і представниць медійної спільноти у власних матеріалах максимально обмежити: «персональних даних, світлин, що містять обличчя офіцерського складу (командирів підрозділів); геолокаційної, візуальної, адресної прив'язки до місць виконання ними завдань» [6].

Медіаексперт Дмитро Золотухін дає чіткі рекомендації журналістам, як не допомагати ворогові завдавати ударів через геолокацію об'єктів у їхніх матеріалах. Зокрема, він радить «не робити і не поширювати фото і відео, інформація з яких може дозволити визначити його на місцевості; якщо все ж таки таке фото й відео вже є і його треба показувати, заблюрте об'єкти, що можуть допомогти його визначити географічно; якщо потрібно показати, що ви знаєте, куди саме влучив артилерійський снаряд або завдано авіаудару, геолокалізуйте, але не допомагайте російській армії: заблюрте фото чи відео з геолокацією. Нехай виконують цю роботу самі – не робіть це за них. Та прокоментуйте, що повна інформація передана українським та міжнародним правоохоронним органам для документування» [7].

Також дуже важливо у фото- та відеоматеріалах не фіксувати, де саме розташовані укриття для цивільного населення, аби ворог не міг по них ударити завдяки поточній інформації, яку необачно поширили журналісти.

Окремо СБУ, ЗСУ та спецслужби визначили, що не можна публікувати під час тривоги. Насамперед у жодному разі не повідомляйте про точні адреси, координати, докладний опис місця, де був обстріл або впав снаряд. Не публікуйте відео з розпізнавальними знаками – таблички з назвами вулиць, номерами будинків, великі магазини та супермаркети, станції метро, заводи та підприємства. Не поширюйте відео з кадрами роботи нашої ППО [8].

31 березня на сайті Комісії з журналістської етики було розміщено рекомендації щодо роботи з інформаційними джерелами під час війни від Управління зв'язків із громадськістю Збройних Сил України. З-поміж доволі довгого переліку варто звернути увагу на такі правила:

1. Використовуйте офіційні джерела інформації. Неодмінно давайте покликання на конкретне джерело. Стежте за розвитком подій, зокрема, за коментарями та дописами в соціальних мережах. Але неодмінно перевіряйте оновлені дані з неофіційних джерел!
2. Чим сильніші емоції викликає у вас інформація, тим більш імовірною може бути помилка. Тому емоційну інформацію перевіряйте ще ретельніше. Це правило однаково стосується як поганих, так і гарних новин.
3. Якщо в матеріалі ви використовуєте слова та коментарі очевидців, то обов'язково додавайте відповідну ремарку: «зі слів очевидців». Так ви уникнете можливого викривлення даних.
4. Хочете, аби вам довіряли, дбайте про доказовість даних! Під час війни особливо цінною є виважена інформація, факти, зокрема зафіксовані за допомогою відео. Якщо все ж таки припустилися помилки, не зволікайте зі спростуванням. У шаленому та напруженому

темпі журналістської роботи під час війни помилки, на жаль, річ закономірна. Не бійтеся їх визнавати – спростовуйте!

Журналістський матеріал під час війни не може бути емоційно вихолощений! Та дозволяючи собі бути емоційними в роботі, варто подбати про аргументованість: пояснюйте, як міркуєте, на чому будуєте власну аналітику, власні прогнози й вимоги, чому вважаєте, що примирення з Росією на її умовах неможливе… [8].

Експертне середовище солідарне в тому, що в спробі дотриматися стандарту балансу думок під час війни треба не припуститися найголовнішої помилки – неправильно оцінити легітимність людини/ людей, що представляє протилежну думку, особливо в умовах воєнних дій, в інформації, зокрема, про окуповані території. Якщо журналісти, які й досі працюють там, надають слово представникам так званої «нової адміністрації», то це в жодному разі не є балансом думок [1]. Це, неважливо чи свідома, спроба легалізувати злочин, сприяти йому.

Отже, професійні журналістські стандарти під час війни, хоч і з певними закономірними обмеженнями, працюють. Журналістська спільнота та представники експертного середовища, спираючись на законодавчу базу й особливості практичної професійної діяльності в умовах війни, розробляють і поширюють конкретні дієві поради, рекомендації, за допомогою яких дотримуватися стандартів неважко. В умовах війни масова авдиторія як ніколи потребує якісної інформації, що дасть їй змогу ухвалювати конструктивні й ефективні рішення, від яких часом залежать людські безпека та життя. Дотримання журналістами та журналістками професійних стандартів свідчить про їхню повагу до власної авдиторії, ставлення до неї як до дорослих і відповідальних громадян держави.

Список використаних джерел

1. Сергій Денисов. Чи варто дбати про баланс думок, коли тебе намагаються вбити? Головне з експертного обговорення «Як війна впливає на журналістські стандарти». URL: https://detector.media/infospace/article/199440/2022-05-22-chy-varto-dbaty-pro-balans-dumok-koly-tebe-namagayutsya-vbyty-golovne-z-ekspertnogo-obgovorennya-yak-viyna-vplyvaie-na-zhurnalistski-standarty/.

2. Круглий стіл проєкту Erasmus+ EU-Indy «Європейські цінності в журналістиці під час війни». URL: https://www.youtube.com/watch?v=EemePUWNJ4Y.

3. Спільна заява Міністерства культури та інформаційної політики України, Міністерства оборони України та представників ЗМІ. URL: http://surl.li/diyqy.

4. Про організацію взаємодії між Збройними Силами України, іншими складовими сил оборони та представниками засобів масової інформації на час дії правового режиму воєнного стану. URL: https://www.mil.gov.ua/content/mou_orders/nakaz_73_zi_zminamu.pdf.

5. Алі Сафаров. Як працювати журналістам під час воєнного стану. URL: https://imi.org.ua/monitorings/yak-pratsyuvaty-zhurnalistam-pid-chas-voyennogo-stanu-i44357.

6. Головне управління розвідки Міністерства оборони України. URL: https://www.facebook.com/DefenceIntelligenceofUkraine/posts/272651098379651

7. Дмитро Золотухін. Що конкретно (і чому) не можна повідомляти і показувати в медіа під час війни. URL: https://detector.media/infospace/article/197960/2022-03-30-shcho-konkretno-i-chomu-ne-mozhna-povidomlyaty-i-pokazuvaty-v-media-pid-chas-viyny/.

8. Важлива інформація для журналістів від Управління зв'язків з громадськістю ЗСУ. URL: https://cje.org.ua/library/vazhlyva-informatsiia-dlia-zhurnalistiv-vid-upravlinnia-zv-iazkiv-z-hromadskistiu-zsu/.

Наливайко О.С.,
студентка спеціальності «Журналістика»
Національного університету «Запорізька політехніка»;
Островська Н.В.,
кандидат наук із соціальних комунікацій,
доцент кафедри журналістики
Національного університету «Запорізька політехніка»
Україна, м. Запоріжжя

ПРОБЛЕМА ПОРУШЕННЯ ЖУРНАЛІСТСЬКИХ СТАНДАРТІВ ПІД ЧАС ВИСВІТЛЕННЯ БОЙОВИХ ДІЙ

Актуальність дослідження зумовлена необхідністю теоретичного осмислення практики висвітлення воєнних дій, визначення рівня дотримання журналістських стандартів та доцільності такого дотримання.

Метою роботи є аналіз порушень журналістських стандартів під час висвітлення бойових дій.

До розгляду проблеми дотримання журналістських стандартів зверталися такі дослідники, як Л. Супрун, А. Сенюк, С. Кость, О. Голуб, І. Куляс. Вони дослідили історичні, теоретичні та практичні аспекти дотримання журналістських стандартів. Науковці у своїх роботах розкривають принципи роботи з журналістськими стандартами та описують типові помилки пов'язані з ними.

Під час воєнного стану журналістам важливо не лише дотримуватися журналістських стандартів, а й розуміти специфіку, нові правила та винятковість деяких моментів, пов'язаних з етичними нормами. Посиленої уваги та більш ретельного дотримання потребують стандарти достовірності, точності та відокремлення фактів від коментарів. Якщо засоби масової інформації нехтують цими стандартами, їх можна вважати засобами масової пропаганди.

Недотримання стандарту точності під час інформаційної війни стало одним з найулюбленіших форм маніпуляцій для російської пропагандистської машини. Наприклад, у серпні 2016 року тактику виривання цитати з контексту застосувало російське провладне видання «РИА НОВОСТИ» з метою дискредитації співпраці України з «Westinghouse» [2, 342]. Вони спотворили критичний вислів екс-директора Чорнобильської АЕС Михайла Уманця щодо проблем в разі зупинки енергоблоків, додавши, що продовження терміну їх експлуатації відбувається без ремонту (цьому протирічать повідомлення з самих АЕС). Також пропагандисти розповідали, що «Westinghouse» розглядає Україну не як ринок, а як «полігон для своїх збірок» [12]. І це при тому, що компанія інвестувала в створення сховища по зберіганню ядерних відходів 260 млн. доларів [13].

У такий самий спосіб намагаються маніпулювати світовою думкою не лише російські ЗМІ, а й російські дипломати. На засіданні радбезу ООН на початку квітня у 2022 році російський представник В. Небензя цитував інтерв'ю з видання «Медуза» [4]. Він акцентував увагу на цитаті місцевої жительки з Бучі, яка заявляла, що за її присутності людей не розстрілювали. Українському дипломату С. Кислиці не довелося застосовувати професійних фактчекерських навичок для перевірки цієї тези, він лише дочитав до кінця матеріал, в якому були докладно описані протиправні, антигуманні дії російської армії по відношенню до українських цивільних [7].

Зауважимо, під час російсько-української війни журналістам не дозволено реалізовувати стандарт оперативності повною мірою згідно з нормами чинного законодавства щодо

заборони на поширення інформації про результати ракетних обстрілів з боку Російської Федерації.

Утім, цього не завжди дотримуються зарубіжні журналісти. Зокрема, нідерландський журналіст Роберт Дулмерс приїхав в Україну для того, щоб висвітлювати воєнні дії. Під час перебування в Одесі, 3 квітня 2022, року він розмістив на особистих пабліках відео підривів об'єктів критичної інфраструктури м. Одеса та області ворожими ракетними ударами. За словами СБУ він був поінформований перед отриманням прескарти про наявні обмеження. Через порушення Роберта позбавили акредитації та заборонили в'їзд в Україну на 3 роки [8].

Проте це не означає, що реалізовувати стандарт оперативності взагалі неможливо. Коли суспільно важливу інформацію з якихось причин не оприлюднюють, це стає однією з причин дезінформації та появи нових пропагандистських наративів і фейків.

Наприклад, з ранку 16 травня 2022 року більшість ЗМІ РФ опублікували повідомлення про те, що «перша група українських військових вийшла з «Азовсталі» з білим прапором», і це, за словами пропагандистів, стало «початком капітуляції оборонців». Надалі російська пропаганда повідомила, що під білим прапором вийшли переговорники, які домовляються про капітуляцію більшої частини українських військових. Насправді ж цей «інформаційний шум» був лише виправданням можливого вивезення поранених українських військових, заблокованих на території меткомбінату «Азовсталь» [11].

Трохи пізніше почали з'являтися перші чутки про евакуацію українських військових. Проте офіційної чіткої інформації не з'являлось аж до пізнього вечора. Близько одинадцятої вечора міжнародна інформаційна агенція «Reuters» оприлюднила матеріал зі світлинами, на яких біля останнього оборонного пункту Маріуполя заводу «Азовсталь» зафіксовано процес евакуації важкопоранених бійців [1]. Офіційна інформація почала з'являтися лише після поширення українськими медіа посилань на матеріали «Reuters».

Офіційна позиція української влади залишалася доволі розмитою і неоднозначною. Від самого початку й до цієї дати існують розбіжності у висвітленні деталей та сутності процесу, використанні термінів і формулювань з боку російської пропаганди, офіційних українських джерел та світових ЗМІ [14]. Якщо російську пропаганду взагалі не можливо вважати достовірним джерелом інформації, то завдяки «Reuters» увесь світ і найголовніше українці дізналися про початок проведення евакуації й можливість порятунку бійців української армії.

Окрім цього, в історії незалежної України вже існують випадки, коли влада намагалася приховати реальну картину подій, пов'язаних з так званою евакуацією українських військових [6]. Посилена увага та журналістська незалежна робота знову не дасть можливості замовчати реальний стан подій.

Отже, поданий приклад є ілюстрацією того, як реалізовувати стандарт оперативності в умовах російсько-української війни так, щоб це не заважало командуванню, але функція інформування, а можливо й функція «watch dogs» були реалізовані.

Найбільшої критики зазнає стандарт балансу думок. В Україні більшість журналістів вважає, що цей стандарт неможливо реалізувати повною мірою й не поширити мову ворожнечі, не ставати рупором російської пропаганди [3]. Проте світові ЗМІ продовжують дозволяти собі так званий нейтралітет.

Наприклад, 26 березня 2022 року газета «Deutsche Welle» опублікувала інтерв'ю під назвою «Мать солдата из РФ, погибшего в Украине: "Там просто месиво"» [5]. У публікації жінка, син якої, російський військовий-контрактник, загинув при штурмі аеродрому Гостомеля, каже, що її син воював за Росію та руських, щоб вони могли спокійно жити. Вона говорить гаслами російської пропаганди: «…если бы не бомбанули мы, то украинцы бомбанули бы по нам. Бомбануть-то, наверное, надо было. Тут без вариантов. Но что-то пошло не так. Конечно, никто не ожидал такого. А сейчас, если уже столько парней полегло, что уже нельзя останавливаться. Нужно идти дальше. До победы».

Національна спілка журналістів України виступила з вимогою до «Deutsche Welle» зняти матеріал з публікації, в якому виправдовується війна і збройна агресія Росії проти України [9]. Трохи пізніше цей матеріал прокоментував радник керівника Офісу Президента М. Подоляк: «…війна, яка не була спровокована, несе масові руйнування цивільної інфраструктури та масові вбивства громадян, не може мати виправдань. Жодних. І це не про свободу слова. Це про очевидне виправдання масових убивств» [10].

На жаль, станом на 18 травня 2022 року «Deutsche Welle» так і не прибрала і жодним чином не промаркувала публікацію, а лише відредагувала її (видалила слова жінки про ненависть до цивільних).

Отже, найгірший рівень дотримання не лише журналістських, й загальнолюдських стандартів демонструють російські засоби масової інформації та пропаганди та представники їх влади. Найулюбленішими прийомами є виривання цитати із контексту (тобто нехтування стандартами точності і повноти) й повне недотримання стандартів достовірності й відокремлення фактів від коментарів.

Не завжди підготовленими до роботи з висвітлення бойових дій виявляються іноземні журналісти й ЗМІ. По-перше, вони часто не розуміють причин, через які неприпустимо реалізовувати стандарти оперативності та повноти. Не зважаючи на будь-які заклики та попередження української влади, що пов’язані з коригуванням ворожого вогню, журналісти і досі продовжують працювати під час воєнного стану, як при звичайному устрої. Після таких порушень журналісти залишаються без акредитації. Інколи їм навіть забороняють в’їзд до України.

Проте деякі світові ЗМІ, чиї імена асоціюються з якісною журналістикою, реалізують стандарт оперативності, дійсно усвідомлюючи суспільний інтерес і додатково реалізуючи функцію «watch dogs». Вони дозволяють собі випереджати офіційну інформацію задля того, щоб запобігти поширенню необ’єктивних чуток, а також враховуючи загальний стан суспільства (постійний стрес та стан очікування). Такі ЗМІ не дозволяють собі зайвих коментарів та деталей, для того, щоб не зірвати жодних воєнних операцій.

По-друге, неукраїнські журналісти можуть собі дозволити дотримуватися нейтральності і реалізовувати стандарт балансу думок повністю. Через це в публікаціях світових ЗМІ інколи можна натрапити на виправдання російської агресії. На жаль, в цих публікаціях не описана потужність російської пропаганди, тому непроінформована сповна аудиторія може сприймати слова російських громадян як реальний стан подій.

Список використаних джерел

1. Zinets Natalia. Ukrainian force begins evacuating from last Mariupol stronghold. *Reuters*. 17.04.2022. URL: https://www.reuters.com/world/europe/ukraine-counter-attacks-russian-forces-east-2022-05-16/.
2. Біла книга спеціальних інформаційних операцій проти України 2024– 2018 / Д. Ю. Золотухін. Київ : Міністерство інформаційної політики України, 2018. 382 с.
3. Війна. Журналіст. Позиція. Чому в Україні знову заговорили про необхідність боротьби з «мовою ворожнечі»? *День*. 2016. № 148. 149. 19 серп.
4. Голод Г. «Кто-то перед смертью ехал на велосипеде. Кто-то гулял парой» Буча. Депутат местного совета Катерина Украинцева — о том, как этот город жил под российской оккупацией. *Медуза*. 03.04.2022. URL: https://meduza.io/feature/2022/04/03/kto-to-pered-smertyu-ehal-na-velosipede-kto-to-gulyal-paroy.
5. Иванова О. Мать солдата из РФ, погибшего в Украине: "Там просто месиво". Deutsche Welle. 26.03.2022. URL: https://www.dw.com/ru/mat-soldata-iz-rf-pogibshego-v-ukraine-tam-prosto-mesivo/a-61263854.

6. Куляс І. Стандарти й етика журналістики в умовах неоголошеної війни. *Детектор Медіа*. 30.10.2014. URL: https://ms.detector.media/profstandarti/post/11691/2014-10-30-standarty-y-etyka-zhurnalistyky-v-umovakh-neogoloshenoi-viyny/.
7. Курпіта Т. "Російські солдати у підвал кидали гранату": постпред України спіймав російського на маніпуляції просто в Радбезі ООН. *ТСН*. 06.04.2022. URL: https://tsn.ua/politika/rosiyski-soldati-u-pidval-kidali-granatu-postpred-ukrayini-spiymav-rosiyskogo-na-manipulyaciyi-prosto-v-radbezi-oon-2030515.html.
8. Нідерландського журналіста, який поширив фото ракетних ударів по Одещині, позбавили акредитації та видворили з України. *Детектор Медіа*.03.04.2022. URL: https://detector.media/community/article/198090/2022-04-03-niderlandskogo-zhurnalista-yakyy-poshyryv-foto-raketnykh-udariv-po-odeshchyni-pozbavyly-akredytatsii-ta-vydvoryly-z-ukrainy/.
9. НСЖУ вимагає Deutsche Welle зняти матеріал про виправдання війни росії проти України. *Національна спілка журналістів України*. 26.03.2022. URL: https://nsju.org/novini/nszhu-vymagaye-deutsche-welle-znyaty-material-pro-vypravdannya-vijny-rosiyi-proty-ukrayiny/.
10. Подоляк про матеріал DW: Це не свобода слова, а виправдання масових убивств. *Укрінформ*. 27.03.2022. URL: https://www.ukrinform.ua/rubric-ato/3440960-podolak-pro-material-dw-ce-ne-svoboda-slova-a-ocevidne-vipravdanna-masovih-ubivstv.html.
11. Російські пропагандисти здійснили інформаційну операцію з виправдання евакуації поранених захисників «Азовсталі» перед внутрішньою аудиторією. *Центр протидії дезінформації при РНБО України.* 16.05.2022. URL: https://t.me/CenterCounteringDisinformation/1576.
12. Суровягин Г. Атомщики: Украину ждет коллапс энергетики и экономическая катастрофа. *РИА Новости Украина*. 21.08.2016. URL: https://rian.com.ua/analytics/20160821/1015028539.html.
13. Фейк: Коллапс атомной энергетики в Украине. StopFake. 24.08.2016. URL: https://www.stopfake.org/ru/fejk-kollaps-atomnoj-energetiki-v-ukraine/.
14. Як російські та світові медіа висвітлювали евакуацію захисників «Азовсталі» з Маріуполя. *Центр протидії дезінформації при РНБО України.* 17.05.2022. URL: https://t.me/CenterCounteringDisinformation/1583.

Напрягло В.О.,
студентка спеціальності «Журналістика»
Бердянського державного педагогічного університету;
Шульженко А.С.,
кандидат філологічних наук,
доцент кафедри соціальних комунікацій
Бердянського державного педагогічного університету
Україна, м. Бердянськ

СПЕЦИФІКА ВИСВІТЛЕННЯ ПОВНОМАСШТАБНОЇ РОСІЙСЬКО-УКРАЇНСЬКОЇ ВІЙНИ В TELEGRAM-КАНАЛІ «УНІАН»

У сучасному світі, який перетворився на суцільну соціальну мережу, можна дізнатися будь-яку інформацію в найкоротші строки, і в цьому нам допомагають безліч платформ: Telegram, Instagram, Facebook тощо. Топові українські ЗМІ вже давно користуються популярними сервісами для створення каналів та висвітленням інформації щохвилини.

Масштабне вторгнення російської федерації на територію України, яке почалося 24 лютого 2022 року, змусило ЗМІ передивитися свій порядок денний та віддати всю новинну стрічку для інформації, що стосується перебігу російсько-української війни. Тому більшість з них обрали Telegram – оптимальний варіант для бліц-новин. Для дослідження ми взяли за основу Telegram-канал «УНІАН».

Після популяризації месенджеру Telegram, що дозволяє миттєво обмінюватися текстовими, голосовими, відео-, фотоповідомленнями, стікерами та файлами багатьох форматів [1], ЗМІ почали масово користуватися його можливостями задля прискореного інформування суспільства. А під час війни функція оперативності та мобільності дуже актуальна.

УНІАН є одним із головних постачальників інформації для медіаринку України, тому його Telegram-канал [2] налічує понад 790 тисяч підписників. Канал характеризується оперативністю в оприлюдненні новин на відміну від офіційного сайту [3]. Контент, що стосується російсько-української війни, є найпопулярнішим за кількістю переглядів та реакцій, кожна публікація збирає до 150 тисяч переглядів за лічені хвилини. Але більш за все користувачів приваблює саме подача та оформлення публікацій. Коротко зупинимося на цьому.

Так, дві із трьох публікацій обов'язково будуть супроводжуватися фото-, відеоматеріалом, картою чи діаграмою. Особливе місце в таких матеріалах займає використання мовно-стилістичних нововведень нашої мови під час оформлення заголовків, коментарів, основної частини, наприклад: «*Президент Франции Макрон в телефонном разговоре с Путиным высказался за прекращение рашистских военных операций в Украине и начало переговоров*» [4]. Цей матеріал містить популярний з недавніх пір термін «рашизм», що описує всі ті звірства та дії зі сторони російського народу до українців. «*Вот кто остановил «кровавое колесо» в Москве, которое кремлевский карлик помпезно открыл как раз в день самого крупного поражения ВС РФ под Харьковом*» [5], уривок з цієї публікації використовує один із синонімів до слова путін – кремлівський карлик; а заголовок «*Лошадиная голова лавров внезапно снова заговорил о переговорах*» [6] не забув описати міністра закордонних справ росії одним із улюблених в Україні прикметників для цієї особи.

Загалом, якщо простежити, то в кожній публікації можна знайти сучасні сленгізми-неологізми війни 2022 року. «Воєнні неологізми свідчать як про багатство української мови, так й інтелектуальну дотепність нашого народу, вміння тримати стрій, настрій, дух і волю. А ще – про здатність гостро бачити деталі, справно оцінювати ситуації, характеризувати вчинки людей. Водночас мовні реакції на нові воєнні обставини є дуже ціннісним етапом подальшого розвитку української мови та країни в цілому» – зазначає Тарас Кремінь, уповноважений із захисту державної мови [7].

Отже, якщо об'єднати в одній публікації сучасний сленг, що влучно описує ситуацію, підкріпити його медіафайлами, додати оперативності, не забути про журналістські стандарти, та найголовніше – коротку основну частину, що не змушує витрачати багато часу на аналіз, то в сумі можна отримати якісний контент, який буде приваблювати читачів, тим самим гарантуючи ЗМІ високий рейтинг. Саме орієнтація на сучасні методи викладу матеріалу приваблює користувачів, які вже давно звикли витрачати мінімум часу для ознайомлення з інформацією. Такого принципу дотримується на сьогодні Telegram-канал «УНІАН», що і виводить його на рівень найпопулярніших новинних каналів.

На жаль, ніхто не знає, який період часу займе війна, тим самим даючи інфопривід та можливість поповнення нашої мови новими неологізмами, які в подальшому будуть використовуватися в матеріалах ЗМІ; фото-, відеоматеріали, що надсилатимуться в редакцію, ще більше розбавлять новинну стрічку, допоможуть краще засвоїти інформацію. І також всі ці моменти дадуть змогу прослідковувати рейтинг каналу.

Список використаних джерел

1. Новітні сленгізми-неологізми – мовне віддзеркалення війни : вебсайт. URL: https://www.ukrinform.ua/rubric-society/3490258-novitni-slengizmineologizmi-movne-viddzerkalenna-vijni.html (дата звернення: 12.09.2022).
2. Уніан : вебсайт. URL: https://www.unian.net/ (дата звернення 10.09.2022).
3. Telegram : вебсайт. URL: https://ru.wikipedia.org/wiki/Telegram (дата звернення: 10.09.2022).
4. Telegram «Уніан» : вебсайт. URL: https://t.me/uniannet (дата звернення: 10.09.2022, 12.09.2022).

Островська Н.В.,
кандидат наук із соціальних комунікацій,
доцент кафедри журналістики
Національного університету «Запорізька політехніка»
Україна, м. Запоріжжя

НЕДИСКРИМІНАЦІЙНІ ПРАКТИКИ В МЕДІА В УМОВАХ ВІЙНИ

Головним принципом демократичного устрою є гарантія прав та свобод громадян та сприяння їхній реалізації. Протидія дискримінації, окрім розуміння недопустимості деяких дій щодо певних суб'єктів, передбачає також і обов'язки держави та суспільства, які повинні забезпечити рівність прав та свобод. Медіа відіграють одну з найважливіших ролей у формуванні громадської думки, і саме від засобів і методик ЗМІ, що застосовуються в поширюваній інформації, залежить рівень обізнаності, моральності та толерантності суспільства як у мирний час, так і в умовах повномасштабної війни [1].

Важливими у боротьбі з дискримінацією є напрацювання власних професійних практик. Рада Європи у рекомендаціях пропонує два способи вирішення цього питання [7]: навчання (спеціалізовані курси, спрямовані на розвиток професіоналізму журналіста щодо висвітлення чутливих тем) та розробка внутрішніх політик, а саме систематизація напрацьованих знань у алгоритми дій при роботі з повідомленнями про дискримінацію (виваженість у роботі, заборона стереотипних та упереджених поглядів на ситуацію, оцінка дій людини незалежно від її приналежності до певної групи тощо).

То що ж можуть робити і роблять медіа під час війни для протидії дискримінації і поширенню недискримінаційних практик?

Держава відповідає за політику й розробку рішень, які впливають на життя різних груп людей. Водночас саме ЗМІ можуть тримати на контролі й інформувати суспільство, які заходи вживаються для виконання цих зобов'язань. Наприклад, «Повага» вирішила перевірити, яка зараз ситуація на ринку праці з дискримінацією за віком та статтю та чи є скарги на такі порушення [4].

Водночас важливо не підбурювати до дискримінації. Слідкувати за посилом власних матеріалів та не ставати майданчиком для тих, хто транслює мову ворожнечі.

Свідомо уникати, не поширювати стереотипні, стигматизуючі та дискримінаційні образи. Саме ваші матеріали можуть змінити акценти у висвітленні теми, наприклад, ролі жінок у житті громади, у війську під час повномасштабної війни [3; 5; 7].

Цьогоріч на конкурсі професійної журналістики «Честь Професії» була дуже важлива для української журналістики та суспільства спеціальна номінація «Найкращий матеріал на

тему прав жінок, дотримання гендерної рівності», у яку було подано 103 роботи. За словами Є. Кузьменко, голови ГО «Жінки в медіа», членкині Комісії з журналістської етики, важливою є не тільки кількість, а й те, що «усі ці роботи підготовлені з дотриманням журналістських стандартів і етики та заслуговують на увагу». Подані журналістські роботи з різних боків показують силу та стійкість українських жінок різних груп, проблеми та шляхи подолання цих викликів.

Сьогодні суттєво змінилися акценти у висвітленні теми ВПО. У попередні роки медіа були наповнені меседжами, що одночасно трактували образ переселенців у різних смислових і, що особливо важливо, ціннісних площинах, пропонували своїй аудиторії дифузні образи, що одночасно спрямовані на емпатію та стигматизацію, співчуття та дискримінацію, звинувачення та жалість. Часто створювався образ жертви, нещасної людини, що розплачується за «колективний гріх Донбасу», споживача-нахлібника, асоціального «неправильного українця» [6].

Сьогодні внутрішньо переміщеними особами стала дуже значна кількість українців. Тож дуже важливо не спотворювати ситуацій, які описують спосіб життя чи проблеми ВПО, використовуючи негативні стереотипи й установки. Адже протиставлення переселенців і місцевих мешканців призводить до зростання у локальних середовищах дискримінаційних настроїв.

Натомість саме збільшення представництва різних груп: внутрішньо переміщених осіб, представників національних громад, людей з інвалідністю тощо в журналістських матеріалах, ми робимо більш видимими ці категорії, долаємо стереотипні уявлення стосовно цих груп і привчаємо аудиторію до того, що несхожість і різноманіття – це норма життя.

Протидія дискримінації в медіа відбувається і на рівні текстової репрезентації. Лексика має значення. Називаймо людей коректно: переселенці, вимушені переселенці. Не біженці. Грамотна журналістська робота з термінологією, коректне її застосування у матеріалах відповідно до національної та міжнародної практики та стандартів впливає на формування образу людини або соціальної групи та поширює недискримінаційну лексику. Це як наслідок впливає на комфортне існування дискримінованих груп у суспільстві.

Важливою також є робота з суперечливим контентом – цитування у матеріалах дискримінаційних висловів та думок має проходити певну підготовку на рівні створення публікації. Медіа шляхом трансляції дискримінації сприяє глибшому сприйняттю аудиторією подібних поглядів, тому такі вислови необхідно збалансовувати, надавати контекст, пояснювати обставини їх використання, подавати не менш впливову контрастну тезу, що оскаржує дискримінаційну думку.

Тож, поширюючи недискримінаційні практики, медіа можуть показувати наявні виклики, створювати майданчики для обговорення й спільно вирішувати проблеми.

Список використаних джерел

1. Андрушків В. Антидискримінаційні практики на Суспільному. *Людина в українському суспільстві в системі цінностей прав людини : сучасний вимір медіадіяльності : матеріали Всеукраїнської науково-практичної конференції.* Київ : Інститут журналістики, 2021. С. 25-30.

2. Дєдушева І. «Жінки на війні були завжди» – історія ветеранки Марії Берлінської. URL: https://www.youtube.com/watch?v=4C8x0OL6M8s&ab_channel=%D0%A1%D1%83%D1%81%D0%BF%D1%96%D0%BB%D1%8C%D0%BD%D0%B5%D0%9A%D1%80%D0%B0%D1%97%D0%BD%D0%B0

3. Коціра Х. «Чомусь чоловікам можна боротися за Україну, а жінкам – ні», – ветеранка Катруся Стріла про стереотипи на війні. URL: https://hromadske.ua/posts/chomus-

cholovikam-mozhna-borotisya-za-ukrayinu-a-zhinkam-ni-veteranka-katrusya-strila-pro-stereotipi-na-vijni

4. Небесна І. «Шукаю жінку»: чи працює закон про недискримінацію у вакансіях? URL: https://povaha.org.ua/shukayu-zhinku-chy-pratsyuye-zakon-pro-nedyskryminatsiyu-u-vakansiyah/

5. Радченко Я. Жінки в морській піхоті: досвід Ярини Чорногуз. URL: https://explainer.ua/zhinki-v-morskij-pihoti-dosvid-yarini-chornoguz/

6. Тараненко О. Переселенці, біженці, вигнанці? Семантично-ціннісна невизначеність статусу ВПО в українській масовій свідомості. *Діалог: Медіастудії.* 2017. № 23. С. 93–119.

7. Of the *Committee* of *Ministers* to *member states* on the *media* and the *promotion* of a *culture* of *tolerance*. URL: https://rm.coe.int/CoERMPublicCommonSearchServices/DisplayDCTM Content?documentId=090000168050513b

Панченко С.А.,
кандидат філологічних наук, доцент,
доцент кафедри журналістики
Національного університету «Запорізька політехніка»
Україна, м. Запоріжжя

КОНЦЕПТУАЛЬНІ ЗАСАДИ РЕДАКЦІЙНОЇ ПОЛІТИКИ ТЕЛЕКАНАЛУ МТМ ЗАПОРІЖЖЯ: ЗМІНА ПАРАДИГМИ

Телебачення – одне з найскладніших культурних явищ двадцятого століття. Володіючи найбільш потужним механізмом дії на громадську думку серед інших ЗМІ, воно формує погляди, стереотипи масової аудиторії. Увага до загальнонаціональних каналів постійна – і з боку експертів, і з боку глядачів. Однак кожному мешканцю України цікаво знати, що відбувається безпосередньо в рідному місті чи області. А таку інформацію постачають саме регіональні мовники. Про регіональне телебачення говорять мало – особливо позитивного. Слабка технічна база, недостатнє фінансування і, як наслідок, – часто нецікавий та неякісний інформаційний продукт. Хоча насправді регіональне мовлення має бути ріднішим і доступнішим для телеглядачів. Україна – одна з найбільших країн у Європі. Тому розвивати регіональні ЗМІ й говорити про їхні досягнення та труднощі – справа необхідна й корисна [1].

Виникнення і загострення конкуренції в українському медійному середовищі змусили телевізійників зосередити увагу на вивченні проблем формування брендів та ролі позиціонування українських телеканалів на медіаринку. Бренди існують для того, щоб диференціювати телевізійні продукти, визначати їхні переваги, а також формувати певну цінність продукту [2].

Завдяки медіабрендам та стратегії позиціонування, українські телекомпанії мають можливість ефективно використовувати свій ефір, вчасно й правильно визначати свою нішу та формат. Серед глядацьких пріоритетів і цінностей бренди займають провідну позицію. Набір пріоритетів – це те, що глядачеві спадає на думку в першу чергу, коли він згадує про певну індустрію, певний бізнес. І якщо споживача не засмучує, коли на його улюбленому телеканалі немає цікавої для нього програми, але він планує повернутися до нього пізніше, – це вже запорука успіху.

Глядацька лояльність ґрунтується на очікуванні того, що його улюблений бренд буде постачати одну і ту ж якість щодня. Бренди – це хороше підґрунтя для того, щоб на ньому

демонструвати якісні програми. І часом відбувається цікава річ: посередні програми можуть здаватися гарними глядачам тільки тому, що їх демонструє улюблений телеканал, бренд [4].

Бренд будь-якої телекомпанії повинен відрізнятися від конкурентів; кожна телекомпанія мусить дотримуватись своєї філософії; вона має бути адекватною для споживача [4].

На відміну від столичних колег, запорізькому телебізнесу відверто бракує сил для організації повноцінного телевізійного мовлення. Як підтверджує практика, регіональним мовникам дуже важко систематично забезпечувати глядача якісним телепродуктом. Програмний продукт регіональних телестудій порівняно із загальноукраїнськими каналами доволі слабкий. Звідси і не дуже втішні рейтинги та потреба оновлення.

Свого часу такий шлях пройшов телеканал МТМ Запоріжжя, вдаючись до ребрендингу редакційної політики та програмної концепції. Комунальне підприємство «Муніципальна телевізійна мережа» було засновано розпорядженням голови Запорізької міської ради у 1997 році. Основними видами діяльності підприємства були висвітлення діяльності органів місцевого самоврядування, актуальних подій соціально-економічного та культурного життя міста Запоріжжя. Також підприємство надавало послуги зі встановлення та технічного обслуговування антен колективного прийому телесигналу [3].

Специфіка мовлення телеканалу «МТМ» не відповідала сучасним тенденціям роботи телебачення в Україні. Телеканал вів мовлення лише російською мовою. Усі програми виходили у запису, в той час як на більшості запорізьких телекомпаній практикували роботу у прямому ефірі. «TV5»).Транслювали онлайн лише сесію міської ради Запоріжжя, де вирішуються всі питання життєдіяльності міста і регіону в цілому. Такі засідання транслюються наживо від самого початку і до завершення, аби «з перших вуст» донести глядачеві важливу інформацію. Під час перерви в кадрі працює журналіст, який роз'яснює окремі рішення, які прийняли депутати.

Також на телеканалі, були програми власного виробництва. Наприклад, новини виходили 3 рази на день у запису, тривалістю до 10 хвилин. Більшість випусків займали сюжети з позитивним висвітленням діяльності Запорізької міської ради.

Більш цікавими і популярними серед запоріжців були програми «Актуально о коммунальном», «Город и горожане», «Актуальное интервью», «Акценти».

Практично 8 років телеканал «МТМ» проводив мовлення у звичному форматі. Спочатку створений бренд не потребував ніяких змін, але з часом уподобання споживачів почали змінюватись. Неправильно подані цінності бренду сформували в аудиторії чітке уявлення, що «МТМ» – це лише «рупор» міської влади. Порівняно з іншими регіональними телекомпаніями Запоріжжя, телеканал мав застаріле технічне оснащення та неякісну візуальну картинку. Це сприяло відтоку аудиторії до брендів-конкурентів (зокрема телеканалу «TV5»). Аналіз фінансових ресурсів підприємства показав економічний занепад телекомпанії. Про це також свідчила низька заробітна плата працівників та незначна кількість рекламодавців, які хотіли би розміщувати рекламу свого продукту саме в ефірі телеканалу «МТМ».

Аби привернути увагу нових потенційних «покупців», та глядацьку аудиторію, на базі старого МТМ керівництвом було прийнято рішення створити новий канал, застосувавши одну зі складових бренд-менеджменту – ребрендинг.

Підготовка до ребрендингу почалася ще навесні 2016 року. Переформатування муніципальної телевізійної мережі тривало півроку. Ребрендинг на «Телеканалі Z» не був спонтанною зміною іміджу. З боку керівництва телекомпанії це була усвідомлена та стратегічно виправдана дія. Перед ребредингом компанія провела аналіз розвитку підприємства, аудит бренду (який показав тенденції розвитку телекомпанії та її позиціонування на медіаринку), аналіз та сегментування цільової аудиторії.

Результати аналізу виявили, що бренд телеканалу морально застарілий та не відповідає сучасним телевізійним вимогам. Також він не працює на утримання уваги глядача, та не сприяє позиціонуванню телеканалу в інформаційному просторі.

Повна зміна формату та концепції телеканалу була обумовлена такими чинниками:

– реалізація нової стратегії; телеканал почав позиціонувати себе як міський та інформаційний;

– зміна умов на регіональному медіа ринку під впливом посилення конкурентних брендів (ребрендинг телеканалу «TV5»);

– необхідність розширення цільової глядацької аудиторії;

– необхідність збільшення впізнаваності та ефективності телевізійного бренду.

Назвою телекомпанії стала перша літера назви міста Запоріжжя. Це було обумовлено тим, що мовлення каналу не виходить за межі міста. Логотип – це обличчя та імідж телеканалу. Його завданням є створення незабутнього образу та характеру. Логотип є ключовим елементом візуальної ідентифікації. Він має бути простим та зрозумілим.

Гасло каналу – «Завжди новини». В ньому відображається головна філософія телекомпанії – надати глядачеві актуальну та правдиву інформацію. Звучання гасла добре резонує з назвою каналу, завдяки літері «Z».

Головними цінностями бренду телекомпанії стали:

– інформативність;

– правдивість;

– об’єктивність;

– прогресивність;

– актуальність.

Окрім цього було оновлено і технічну базу телекомпанії. Придбано новий студійний комплекс відеокамер для мовлення у прямому ефірі. Встановлено новий майданчик для ведення таких програм як «Новини» та «Акценти». Розроблено новий інформаційний сайт телеканалу. Також мовлення телеканалу перейшло у формат HD.

7 жовтня 2016 року «МТМ» офіційно представив себе як телеканал «Z». Старт також був приурочений до Дня міста Запоріжжя.

Повністю змінилась редакційна політика та концепція мовлення телеканалу. Віднині він здійснює власну діяльність у інформаційно-розважальному форматі. Ключовою складовою контенту є інформаційні та інформаційно-аналітичні програми, які транслюються у прямому ефірі із забезпеченням онлайн-комунікації з глядацькою аудиторією. Крім того, телеканал виготовляє просвітницькі, культурно-мистецькі та спортивні програми, а також програми розважального характеру, здійснює кінопоказ.

За цей час телеканал став одним із лідерів телевізійного простору Запорізької області, забезпечує щодобово 24 години власного мовлення. Потенційна телевізійна аудиторія телеканалу – близько 900 тисяч глядачів-жителів обласного центру та прилеглих районів.

Ці зміни стали лише першим етапом у ребрендингу. У перспективі керівництво телеканалу планувало розширити штат працівників, додати ранкові випуски новин. Збільшити кількість програм власного виробництва, зокрема запустити ранкове шоу та ток-шоу. Також у планах будівництво ще однієї сучасної телевізійної студії. Спрямованість на перспективу, реалізація поставлених завдань сприятиме підвищенню рейтингу телекомпанії серед телевізійних мовників регіону.

Однак, розв’язана російською федерацією війна не дала здійснитися цим планам. Зміна парадигми і черговий ребрендинг (зокрема, повернення до старої назви) задекларовані керівництвом на офіційному сайті телеканалу: «З 24 лютого 2022 року команда телеканалу на період війни змінила логотип. Відтепер наша емблема являє собою три літери «МТМ», що розшифровуються як «Муніципальна телевізійна мережа». Таке рішення було вимушеним та

далося нам не просто. Команда з понад 100 працівників більш як 5 років працювала над розвитком власного бренду. Всі запоріжці знали нас як телеканал Z. Проте нині країна-агресор використовує літеру Z у якості свастики та позначає нею військову техніку. Літера стала символом вторгнення росії на територію незалежної України. Наша команда не хоче мати жодного стосунку до символу, що несе в собі насильство, кровопролиття та жертви. Ми українці, підтримуємо Збройні сили нашої держави та разом з усією країною віримо в перемогу над окупантами. Наша команда продовжить оперативно інформувати вас про головні події міста, області та країни. Все буде Україна!».

МТМ Запоріжжя продовжує мовлення, інформуючи запоріжців про оперативну ситуацію у місті та Україні. Телеканал за цей час тільки зміцнив свої позиції у запорізькому телепросторі, започаткувавши ряд важливих і своєчасних проєктів – «Ангели перемоги», «Добрий день, ми з Запоріжжя», «ДНК волі», «Незламні» та ін.

Список використаних джерел

1. Бакаленко О. «Щоб частіше піднімали очі до неба». URL: https://day.kyiv.ua/uk/article/media/shchob-chastishe-pidnimali-ochi-do-neba
2. Григорчук Т. Брендинг. URL: http://elib.chdtu.edu.ua/e-books/3715
3. Телеканал МТМ Запоріжжя. URL: https://tvmtm.online/
4. Черемних І. Телевізійний маркетинг. URL: http://journlib.univ.kiev.ua/Books/TVmarketing.pdf

Погребна В.Л.,
доктор філологічних наук, професор,
завідувачка кафедри журналістики
Національного університету «Запорізька політехніка»
Україна, м. Запоріжжя

ГЕНДЕРНІ СТУДІЇ В ЖУРНАЛІСТИКОЗНАВСТВІ

Гендерні дослідження – новий науковий напрямок, що знаходиться на межі багатьох наук (філософії, соціології, психології, історії, лінгвістики, літературознавства, етнології та ін.). У центрі його уваги – соціальні, культурні, мовні та інші фактори, що визначають поведінку чоловіків і жінок у залежності від їх уявлень не тільки про свою біологічну стать (sex), але й про гендер (gender), стать соціокультурну. Якщо біологічна стать створюється природою, то гендерні відмінності моделюються суспільством.

Гендерні дослідження – це новий крок в осмисленні природи людської особистості, жіночого й чоловічого начала. Л. Смоляр у статті «Фемінізм в Україні. Традиції і сучасність» так обґрунтовує необхідність гендерних досліджень в Україні: «Розширення нашого розуміння прав людини, досягнення рівності чоловіка і жінки, зміна статусу жінки, захист материнства і дитинства вимагають визнання на державному рівні пріоритетності відповідних наукових досліджень, їх концентрації в Національному гендерному центрі, серйозного і систематичного контакту з дослідниками інших країн, входження України в систему Міжнародних гендерних центрів» [1, с. 91].

Початок гендерних досліджень в нашій країні припадає на першу половину 90-х років XX ст. Останнім часом інформаційне поле гендерних досліджень значно розширилось. В Україні плідно функціонують гендерні студії, лабораторії. Гендерна проблематика є центром численних конференцій, симпозіумів, круглих столів, презентацій і виставок. Гендерна методологія є новим, перспективним напрямком у науці, який набув певного визнання в академічній та освітній сферах.

Сучасне журналістикознавство представляє велику кількість матеріалів, у яких порушується гендерне питання. Н. Сидоренко [2; 3], М. Скорик [4], О. Пода [5; 6], Л. Таран [7] та ін. у своїх роботах обґрунтовують потребу виокремлення гендерних студій у межах сучасного журналістикознавства. Це дозволить цілеспрямовано вивчати коло проблем, безпосередньо пов'язаних із теорією і практикою гендеру та ЗМК.

Автори посібника «Гендерні ресурси українських мас-медіа: ціна і якість», наводячи як приклад результати моніторингу українських ЗМІ, говорять про те, що «український медійний простір визначається через чоловічу присутність, представлений здебільшого чоловічими іменами, оцінений чоловічими очима та освячений чоловічим авторитетом» [3, 5]. Наслідок цього – гендерна асиметрія, представлена на рівні гендерних стереотипів.

У контексті окресленої проблеми важливим кроком у бік позитивних зрушень можна вважати вихід навчального посібника «Основи теорії гендеру» [4], у якому окремий розділ присвячено аналізу проблем гендеру крізь призму теорії комунікації взагалі й окремих моделей зокрема.

Суть напрямків сучасних гендерних досліджень може полягати в наступному: визначення гендерної складової розвитку сучасної журналістики та її характеристика; аналіз «виробництва» і продукування гендерних стереотипів, норм і ролей, аналіз жіночого образу і жіночої теми в ЗМК; визначення специфіки журналістської праці (і відповідно журналістського тексту, продукту, ЗМІ тощо) за статевою ознакою; гендерний аналіз жіночої преси (у діахронічному та синхронічному аспектах); гендерний аналіз чоловічої преси, аналіз чоловічої тематики і проблематики в ЗМІ; дослідження проблем трансгендериків у контексті розвитку національних ЗМІ, квір-видань; вивчення рекламного простору сучасних ЗМК у контексті гендерної теорії; гендерний аналіз мови і текстів ЗМІ тощо.

Декларування побудови демократичного суспільства в Україні зумовило і появу молодих та ще не зовсім міцних паростків гендерної демократії. Саме тому важко переоцінити роль засобів масової комунікації у формуванні гендерної свідомості суспільства й особистості, у розумінні суті гендерної політики й прокресленні її основних напрямків (суспільна думка і реальний статус жінок та чоловіків, гендерні ролі, гендерна асиметрія і шляхи її подолання). Адже лише збалансоване висвітлення місця та ролі чоловіків і жінок у суспільстві сприятиме гармонізації суспільних, економічних, політичних, культурних і міжособистісних процесів.

Важливим для підготовки майбутніх журналістів є викладання дисципліни «Гендерні студії» задля ознайомлення студентів з основами гендерних знань, формування в них егалітарного мислення, подолання гендерних стереотипів, виявлення можливостей застосування теоретичного й емпіричного досвіду гендерних досліджень до аналізу актуальних соціальних проблем і осмислення власних практик і життєвої стратегії. Основними завданнями вивчення дисципліни є: ознайомлення з основними категоріями гендерних досліджень (окреслення теоретичних контурів понять гендер, фемінізм, гендерна ідентичність, гендерні стереотипи та ін. понять гендерної теорії), з проблемами та перспективами гендерних досліджень; осмислення проблем і перешкод, що стоять перед чоловіками та жінками як представниками певної статі, формування навичок проєктування чоловічої та жіночої поведінки.

Основні теми курсу: «Становлення теорії гендера», «Нормативно-правове законодавство в сфері гендерної рівності», «Гендерна соціалізація та становлення гендерної ідентичності: соціальне конструювання гендерних відносин», «Гендер і мова», «Гендер і політика», «Гендер і економіка», «Гендер у родині», «Ґендерні медійні практики».

Майбутні журналісти повинні розуміти роль мас-медіа в гендерній соціалізації, важливість ґендера при вивченні аудиторії ЗМІ, особливості трансформації жіночої гендерної ідентичності в сучасному медіапросторі, знати гендерно зумовлені тренди розвитку ЗМІ.

На сьогодні нагальна потреба часу – реформування структур ЗМК відповідно до останніх прогресивних кроків гендерної демократії в Україні, конструювання гендерної паритетності в теле- і радіоефірі, на сторінках газет і журналів, викладання дисципліни «Гендерні студії» для студентів спеціальності «Журналістика» у закладах вищої освіти.

Список використаних джерел

1. Смоляр Л. Фемінізм в Україні: традиції і сучасність. *Віче.* 1995. № 9. С. 81–92.

2. Сидоренко Н. Гендерні орієнтації українських ЗМІ. *Журналістика: Науковий збірник.* За ред. Н. М. Сидоренко. Київ : Ін-т журналістики Київ. нац. ун-ту імені Т. Шевченка, 2005. С. 84–92.

3. Гендерні ресурси українських мас-медіа: ціна і якість: Практичний посібник для журналістів та працівників ЗМІ. За ред. Н. М. Сидоренко. Київ: «К. І. С.», 2004. 76 с.

4. Скорик М. М. Гендер і ЗМК. *Основи теорії гендеру: Навчальний посібник*. Київ : «К.І.С.», 2004. С. 266–282.

5. Пода О. Розвиток типологічної парадигми гендерно маркованих журналів в Україні. *Психолінгвістика*. 2008. № 2. С. 122–135.

6. Пода О. Побудова гендеру через ЗМК: на матеріалі чоловічих журналів. *Вісник Дніпропетровського університету*. *Сер. Літературознавство, журналістика*. 2003. Вип. 6. С. 87–93.

7. Таран Л. Ґендерні проблеми і засоби масової інформації. *Ґендер і культура.* Упор. В. Агеєва, О. Оксамитна. Київ : Факт, 2001. С. 151–160.

Проніна К.Ю.,
магістрантка спеціальності «Журналістика»
Національного університету «Запорізька політехніка»;
Скуртул Г.С.,
кандидат філологічних наук,
доцент кафедри журналістики
Національного університету «Запорізька політехніка»
Україна, м. Запоріжжя

VR-ОПОВІДЬ ЯК ПРИКЛАД ЕМПАТИЧНОГО КОНТЕНТУ ІМЕРСИВНОЇ ЖУРНАЛІСТИКИ (НА ПРИКЛАДІ СПЕЦПРОЄКТІВ «РАДІО СВОБОДА» «ЗАРУЧНИКИ ВІЙНИ – ВОНИ ПРОЙШЛИ КРІЗЬ ПЕКЛО» І «НАШ ДОНБАС»)

Найбільшу когнітивну здатність сприймати інформацію має зоровий канал, тож візуалізація інформації стала одним із ключових напрямків розвитку медіа. Мультимедіа, а згодом і віртуальна реальність стають дедалі популярнішими, адже дозволяють не просто донести інформацію до споживача, а й занурити його у створену журналістами реальність. Цьому сприяє й той факт, що технології віртуальної реальності стають все доступнішими і для тих, хто створює контент, і для тих, хто його переглядає. Українські медіа активно розвиваються в сфері імерсивної журналістики та продукують контент із використанням технологій сферичного відео («відео 360»), а також доповненої та віртуальної реальності. Одним із перших експериментувати з *VR*-технологіями почав творчий колектив «Радіо Свобода».

Імерсивний контент базується на використанні сферичного відео (відео 360), VR-графіки або їх поєднанні. Кінцева мета такого контенту – створення «ефекту присутності», побудова

комунікації між автором та споживачем, зародження емпатичних зв'язків між глядачем та героями сюжету. Це стає зрозумілим із визначення поняття «імерсивної журналістики» Ноні де ла Пенья: «виробництво новин у формі, в якій люди зможуть отримати досвід подій чи ситуацій від першої особи».

Найпоширенішим залишається контент у форматі відео 360º. Це зумовлено його доступністю для реципієнтів. Міла Буїч і Юго Хамарі з Університету Тампере (Фінляндія) наголошують, що «навіть попри те, що відео 360º для віртуальної реальності це спрощений варіант, воно забезпечує формування досвіду щодо подальшого використання, більше ніж невіртуальний або письмовий варіант контенту. Зважаючи на те, що повністю занурений і втілений досвід віртуальної реальності у цій галузі все ще рідко трапляється, результати доволі позитивні, коли мова йде про цей найпоширеніший тип контенту імерсивної журналістики [6, с. 124]. При цьому навіть такий рівень «занурення» дозволяє автору закласти певні наративи, які сприятимуть відтворенню «запрограмованих» емоцій під час перегляду сферичних відео.

Імерсивний контент розширює поняття емпатії для журналістики – тепер мова йде не тільки про журналіста, який «проживає» історію героя свого матеріалу, а й про вплив створеного контенту на кінцевого споживача, який, так само, як і автор під час роботи, зануриться та пройде шлях разом із героєм цієї історії. Недарма VR-режисер Кріс Мілк назвав віртуальну реальність «найпотужнішою машиною емпатії» [5]. На його думку, саме використання таких технологій – це спосіб викликати максимальне співпереживання в аудиторії. Однак дослідниця Оксана Кирилова пропонує «з обережністю використовувати термін «машина емпатії» через його складну природу» [4, с. 50], адже за її словами «занурення в середовище допомагає відчути емоційний стан героїв/авторів/свідків сюжету, але творить скоріше симпатію (емоційну схильність), аніж дійсну емпатію як таку». Проте саме можливість відчути емоційний стан героїв та зануритися у їх «реальність» стає ключовим фактором під час формування співпереживання. «Звуки та образи не викликають емпатію напряму, вони працюють підказками, які отримує споживач і тоді у його розумі починає народжуватися емпатія» [7, с. 80].

Про впливовість такого контенту розповідала Нона де ла Пенья після створення своєї другої віртуальної оповіді «Голод у Лос-Анджелесі»: «в усіх реакція дуже різна, часом несподівана. Але не було нікого, хто б просто зняв шолом з голови і пішов собі. Мене здивувало, що дуже багато людей щиро засмутились, що не можуть допомогти цьому чоловіку. Одна жінка плакала, інша намагалась простягнути руку і допомогти чоловіку, а діти звертались до дорослих по допомогу» [2].

VR-оповідь часто поєднує текстову, аудіальну та візуальну інформацію, яка покликана розповісти історію через переживання конкретних героїв задля надання споживачам можливості опинитися в тих умовах, в яких був герой історії та «прожити» цей досвід разом з ними, тож VR-оповідь можна вважати прикладом саме емпатичного контенту. У статті «VR/AR-технології – новий контент нових медіа» дослідниці Надія Балук, Наталя Басій, Лариса Бук, Ольга Вовчанська також наголошують, що «одним із найважливіших результатів використання VR-контенту є просторово-часове та емоційне занурення глядачів у сюжет. Реципієнт із зовнішнього спостерігача перетворюється на внутрішнього» [1, с. 196].

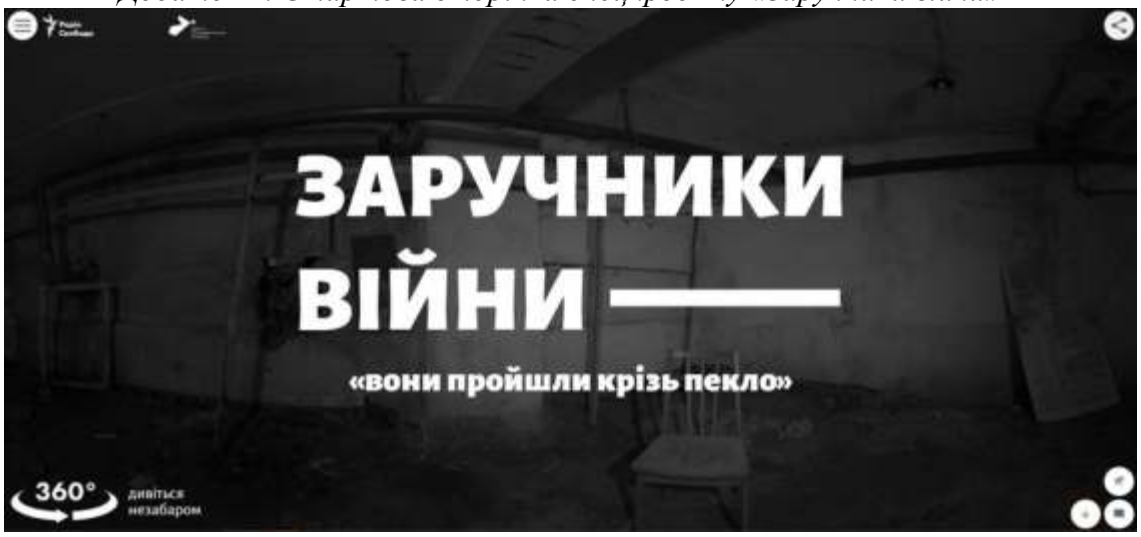
Прикладами VR-оповіді з високою емпатичною здатністю в українському медіапросторі є проєкти «Радіо Свобода» «Заручники війни – вони пройшли крізь пекло», «Наш Донбас», проєкт студії «New Cave Media» «Aftermath VR: Euromaidan» та проєкт нідерландської письменниці Лізи Віди «Розсипне».

Спецпроєкт «Наш Донбас» розповідає про реальність, у якій наразі мешкають люди з тимчасового окупованих територій. У спецпроєкті Радіо Свобода «Наш Донбас» ми бачимо нелінійну структуру оповіді та мультимедійний контент, які заглиблюють нас в історію героїв,

змушуючи співпереживати. У розділі «Як живуть зараз окуповані території» під час програвання відеофрагменту концерту, присвяченому українській музиці, виникає бажання підспівувати «Хто ти човне, що шукаєш, звідки і куди пливеш», а при перегляді відео в історії «Война і Вера» разом з фельдшером благаєш Пашу триматися. Історичні довідки, архівні фотографії постають поруч з сучасними відеофрагментами та відтворюють реальність, у якій наразі живуть люди з окупованих територій.

Радіо Свобода спільно з Центром громадянських свобод, Фундацією «Відкритий діалог» та The Farm 51 за підтримки МФ «Відродження» працює над VR-оповіддю «Заручники війни: вони пройшли крізь пекло». Спецпроєкт доступний для перегляду вже сьогодні, прем'єра фільму у форматі VR-оповіді незабаром.

Додаток 1. Стартова сторінка спецпроєкту «Заручники війни»



На додатку 1 стартовий екран оповіді з фотографією у форматі 360 градусів, де активні наразі три кнопки навігації «Налаштування розміру тексту», «Коментар» та «Перехід до історії».

VR-оповідь має нелінійну форму та пропонує реципієнтам 10 свідчень людей, які опинились у полоні і провели там від 5 до 700 діб, двоє з героїв були закатовані у неволі. Біля прев'ю кожної з історій навігаційна кнопка «Читати». Далі текстова історія, яка супроводжується фото та фрагментами з інтерв'ю. Графіка спецпроєкту виконана у сіро-білих відтінках, що покликано частково відтворити атмосферу безвихідності. Фрагменти інтерв'ю з героями навпаки – в кольорі, що натякає реципієнтам на те, що герої – реальні люди, яким довелось пережити полон. У форматі VR відзнято місця несвободи, які стали доступними після звільнення деяких територій Донбасу. Все це має занурити глядача у реальність, у якій перебували герої проєкту та змусити співпереживати та проживати разом з ними їх історію.

Одним з найпоказовіших та найвідоміших прикладів українських VR-оповідей є проєкт «Наслідки VR: Євромайдан». Ця робота студії «New Cave Media» стала одним з 11 переможців Journalism 360 Challenge та отримала грант на розробку від Google News Lab,Knight Foundation та Online News Association у 2017 році. Проєкт було презентовано у листопаді 2018 року. Він розповідає про історичні події 2014 року, а саме про розстріли на вул. Інститутській 20 лютого 2014 року, коли загинуло 47 мирних демонстрантів.

Для реалізації VR-оповіді було зібрано архівні фотографії, відзнято та оцифровано 350 метрів вулиці, проведено інтерв'ю з очевидцями у форматі сферичного відео. Для створення віртуальної версії вулиці Інститутська використали технологію фотограмметрії, яка дозволяє перетворити фото у тривимірний віртуальний простір. Таке відтворення історичних подій

створює «ефект присутності» та допомагає глядачам зануритися у події, побачити та частково відчути емоції, які вирували там у цей день.

У своєму інтерв'ю газеті «День» Олексій Фурман (засновник студії «New Cave Media») розповідає, що формат VR-оповіді допомагає глядачам побачити та пережити більш достовірну картину подій: «Доволі часто від іноземних глядачів можна почути, що вони впізнають окремі елементи, які бачать на віртуальній Інститутській – монумент Незалежності, Жовтневий палац тощо. Тоді зазвичай додають, що перебування на повній вулиці дає відчуття масштабу, допомагає розібратися в тому, що сталося» [3]. Це сприяє реалізації «проходження досвіду» та «співпереживання», на які і розрахована імерсивна журналістика в цілому та VR-оповідь зокрема.

Ще один приклад VR-оповіді – це робота письменниці з Нідерландів Лізи Відо, яка має українське коріння. Поштовхом до створення «Розсипне VR» стала трагедія з боїнгом MH17. Жителі Нідерландів мали викривлене уявлення про війну, письменниця своїм проєктом розповідає особисту історію мешканки Розсипного, яка показує як переживають цю війну літні люди. Фокус уваги проєкту на житті звичайних людей, яке продовжується попри війну, про життя людей, які залишилися на окупованих територіях.

Додаток 2. Кадр з проєкту «Розсипне VR»

У віртуальній реальності відтворено побут до дрібниць – подвір'я, сад з яблуками, літня жінка, яка чистить картоплю. Проєкт зосереджено на проблематиці підтримки літніх людей, які залишилися у окупації. Завдяки використанню технологій віртуальної реальності авторка проєкту змогла не тільки відтворити побут та життя людей на Донбасі, а й занурити глядача в цю реальність, надаючи можливість кожному потрапити у середовище, в якому щодня живуть люди.

Отже, створення імерсивного контенту із застосуванням сферичного відео та віртуальної реальності дозволяє автору відтворити історичні події з високою точністю. При цьому VR-оповідь доволі точно передає атмосферу тих подій, емоції та переживання героїв і навіть надає можливість кожному частково відчути себе причетним до цієї історії, дозволяє разом із героєм пережити цей досвід. Емоції, які виникають під час занурення у VR-оповіді наштовхують реципієнтів на певні думки, змушують співпереживати та викликають емпатію по відношенню до героїв. Досвід українських ЗМІ підтверджує високий рівень емпатичності імерсивного контенту, зокрема VR-оповіді. Поєднання різних підходів та технологій дозволяє створювати якісний та затребуваний продукт. Такий формат доречно використовувати під час відтворення подій, які мають високе соціальне значення. Технології дозволяють відображати реальність такою, якою вона була на момент цих подій, що сприяє достовірності передачі

інформації, а фрагменти спілкування з очевидцями відзняті у форматі сферичного відео підвищують рівень емоційності такого контенту.

Список використаних джерел

1. Балук Н., Басій Н., Бук Л., Вовчанська О. VR/AR-технології – новий контент нових медіа Вісник Львівського університету. *Серія Журналістика*. 2021. Випуск 49. С. 196.
2. Віртуально-документальна реальність. URL: https://ms.detector.media/onlain-media/post/6892/2012-06-22-virtualno-dokumentalna-realnist/ (дата звернення: 08.10.2022)
3. Євромайдан, 20 лютого. Наслідки... URL: https://day.kyiv.ua/uk/article/podrobyci/ yevromaydan-20-lyutogo-naslidky (дата звернення: 08.10.2022)
4. Кирилова О. Імерсивна журналістика: чинники ефективного функціонування *Communications and communicative technologies*. 2019. Вип. 19. С. 50.
5. Кріс Мілк: віртуальна реальність як спосіб повного співпереживання. URL: https://www.youtube.com/watch?v=iXHil1TPxvA (дата звернення: 8.10.2022)
6. Mila Bujic, Satisfaction and willingness to consume immersive journalism: experiment of differences between VR, 360 video, and article AcademicMindtrek '20: Proceedings of the 23rd International Conference on Academic Mindtrek. 2020. P. 124
7. Turo Uskali, Astrid Gynnild, Sarah Jones, Esa Sirkkunen Immersive journalism as storytelling: ethics, production, and design. 2020. P. 80.

Ратушняк А.С.,
магістрантка спеціальності «Журналістика»
Національного університету «Запорізька політехніка»;
Погребна В.Л.,
доктор філологічних наук, професор,
завідувачка кафедри журналістики
Національного університету «Запорізька політехніка»
Україна, м. Запоріжжя

ЖАНРОВА ПОЛІТИКА У ЖУРНАЛІ «КОЛОСОК»

«Колосок» – науково-популярне дитяче видання. Його тематика визначається інтересами і попитом читацької аудиторії (діти віком 10–15 років). Його цільовим призначенням є популяризація і пропаганда наукових знань (теоретичні та експериментальні дослідження у галузі науки, культури і техніки), формування наукового світогляду читачів, вихованням у них сприйнятливості, розуміння суті науки, науково-технічного прогресу. Яскраве та змістовне оформлення видання сприяє вихованню естетичного смаку.

Останнім часом розгляд особливостей сучасної дитячої преси в Україні помітно активізувався (наукові розвідки таких дослідників, як : Т.С. Давидченко [1], Е.І. Огар [3], А. Сокірян [4], Ю.В. Стадницька [6] та ін., однак подібні розвідки мають поодинокий характер і враховують лише окремі аспекти функціонування дитячої періодики. Відчувається брак наукових досліджень, присвячених вивченню особливостей функціонування сучасних науково-популярних журналів для дітей. Жанровий дискурс дитячого науково-популярного видання потребує вивчення та узагальнення, зокрема, потребують осмислення жанрові інновації в журналі «Колосок». Цим і визначається актуальність нашого дослідження.

Тип видання (науково-популярне дитяче) впливає на вибір жанрів. Найпоширеніші жанри, що представлені у журналі «Колосок» – науково-популярні статті, листи, нариси, репортажі. На сторінках журналу розміщують тести, кросворди, вікторини, які допомагають

перевірити отриманні знання. Редакція залучає маленьких читачів до співпраці: на сторінках журналу можна знайти статті, вірші, листи, переклади, фотографії, авторами яких є школярі.

Широко представлена у цьому виданні аналітична група жанрів (коментар, аналітична кореспонденція, стаття, лист). Автори подібних матеріалів аналізують, оцінюють, осмислюють наукові факти, явища, популяризують наукові знання. Найчастіше у виданні представлені науково-популярні статті з астрономії, хімії, біології, географії, екології, фізики. Жанр журнальної науково-популярної статті є способом переробки, зберігання і передачі наукової інформації у сфері журнальної публіцистики. Орієнтованість науково-популярної статті на такі комунікативні цілі, як аналіз і пояснення наукових проблем, обумовлює віднесення даного жанру до аналітичного типу тексту. Основні ознаки науково-популярного тексту: інформативність, аналітичність, публіцистичність та реферативність. Метою науково-популярної статті є інформування, роз'яснення наукових фактів. Цей жанр у дитячих виданнях характеризується докладністю, простотою і ясністю викладу, дохідливим тлумаченням незрозумілої термінології, розкриттям загальних положень на конкретних прикладах, використанням окремих словесно-образних засобів, частіше − порівнянь, рідше − епітетів, метафор, простих синтаксичних конструкцій, «риторичних запитань», які активізують увагу читачів, деяких елементів розмовної мови. Розмовна лексика привносить в науково-популярний текст відтінки емоційності, образності.

Наведемо приклад найпоширенішого жанру в журналі – науково-популярної статті. Олексія Спринчак, учениця 7-А класу ліцею № 4 «Кремінь» міста Кременчук, в матеріалі «Вирощування меліси лікарської у домашніх умовах» (Колосок, 2020, №12, рубрика «Проєкти «Колоска», підрубрика «Перший крок у науку») так аргументує свій намір вирощувати мелісу вдома: «Узимку ми особливо відчуваємо потребу у вітамінах, а меліса, як відомо, містить велику кількість поживних, корисних біологічно-активних речовин, вітамінів і приємна на смак» [5, с. 44]. Школярка під керівництвом учителя розробила план наукової роботи з вирощування пряних рослин на підвіконні взимку.

Ця науково-популярна стаття має пізнавальний характер. Авторка описує процес висадки, використання мінеральних добрив для розсади, поливу з використанням принципу сполучених посудин через вологий шнур. Свої експерименти дівчина оформила в науково-дослідну роботу, на обласному етапі Всеукраїнського конкурсу експериментально-дослідницьких робіт з природознавства «Юний дослідник» виборола друге місце у номінації «Рослини навколо нас». Стаття завершується рецептом приготування чаю з меліси, що має антиоксидантну дію та зміцнює імунітет.

Хоча автором є дитина, матеріал має всі ознаки науково-популярного тексту: популярність викладу наукових знань, точність висловлювань, простота та ясність викладу, чітке тлумачення результатів експерименту, використання термінології, дохідливість, яскравий стиль. Текст супроводжують дві фотографії, на першій зображені контейнери з паростками меліси, на другій – дівчинки з горщиком, в якому росте меліса.

Ігор Васильович Дикий, керівник 24-ї Української антарктичної експедиції, учасник 11-ї (2006-2007 рр.), 14-ї (2009-2010 рр.) та сезонної 17-ї (2011-2012 рр.) Українських антарктичних експедицій на станцію «Академік Вернадський», кандидат біологічних наук, доцент кафедри зоології ЛНУ ім. І. Франка, у матеріалі «Замітки полярника» (Колосок, 2019, № 8, рубрика «Земля і Всесвіт») розповідає про айсберги, гроулери та морський лід, без яких не можна уявити Антарктику. Публікація розпочинається зі звернення автора, що дає підстави класифікувати цей матеріал як лист: «Традиційно надсилаю для «КОЛОСКА» нову розповідь зі станції «Академік Вернадський» про айсберги. Сподіваюся, вона буде цікавою для наших читачів. Погода зіпсувалася, і в океані нанесло до нашого берега багато айсбергів та криги. Здається, що така льодова ситуація триватиме до початку антарктичної весни...» [2, с. 27]. Але, з іншого боку, розповідь ведеться з місця події, і це ознака репортажу.

Ігор Васильович Дикий розповідає декілька епізодів свого перебування в Антарктиді, і це нагадує подорожній нарис. Автор використовує порівняння, епітети, що теж дозволяє класифікувати цей матеріал як подорожній нарис, художньо-публіцистичний жанр (згадуючи айсберги, гроулери та морський лід, він говорить про «їхню велич, унікальність та неповторність, витончену красу і приховану небезпеку» [2, с. 27]), порівнює айсберги з «велетенськими крижаними скульптурами»: «Які тільки силуети можна побачити в айсбергах! Дивовижних тварин, драконів, сфінксів, гриби, вітрильники, піраміди, казкові вежі і навіть українську хатину під стріхою» [2, с. 28]). З іншого боку, сам автор називає публікацію замітками (хоча замітка – інформаційний жанр невеликого обсягу, який характеризується стислістю у подачі новин, не передбачає емоційності і використання тропів).

Осмислення явищ природи та життя тварин в Антарктиці, популяризація наукових знань, роз'яснення наукових фактів (наприклад, «морський лід може і рятувати життя, і становити небезпеку для тварин» [2, с. 31], «ми досі виходимо в океан для відбору зразків та на обліки морських ссавців (тюленів і китів [2, с. 27])) дозволяє віднести цей матеріал до науково-популярної статті. Оповідь характеризується докладністю, простотою, дохідливим тлумаченням незрозумілої термінології, емоційністю, образністю. Говорячи про гроулери, «шматки льоду площею до 20 м^2, що відкололися від айсберга і плавають на поверхні океану, виступаючи не більш ніж на 2 м», автор публікації не просто дає наукове визначення цьому явищу природи, а й розповідає реальну історію, яка трапилась з ним та його колегами. Ця розповідь дуже емоційна, автор використовує епітети та метафори: «Наче у сповільненому відео ми побачили, як на місці, де стояв човен, з води за якусь мить випірнув гострий фрагмент гроулера. Немов велетенський поплавок, з якого водоспадами стікала вода, він гойдався на хвилях і розпадався на ще менші фрагменти. Ми були водночас налякані, щасливі і заворожені цим видовищем» [2, с. 29].

Публікацію супроводжують два фото, на яких зображено айсберг, який нагадує українську хатину під стріхою, та арку айсбергу у формі профілю собаки.

Все це робить публікацію інформативно насиченою, цікавою, легкою для сприйняття. Щодо жанрової орієнтації, то в цьому матеріалі, який автор назвав замітками, ми побачили ознаки декількох жанрів: репортажу, науково-популярної статті, листа, подорожнього нарису.

Таким чином, тип видання (науково-популярний дитячий журнал «Колосок») впливає на вибір жанрів. Найпоширеніші жанри, що представлені у виданні – науково-популярні статті, листи, нариси, репортажі. Більшість публікацій має ознаки декількох названих вище жанрів.

Список використаних джерел

1. Давидченко Т. С. Сучасна преса для дітей в Україні: переваги та недоліки. *Збірник праць Науково-дослідного центру періодики*. Львів, 2008. Вип. 16. С. 123–134.

2. Дикий І.В. Замітки полярника. *Колосок.* 2019. № 8. С. 26–33.

3. Огар Е. Сучасна науково-популярна література: зникнення чи трансформація виду. *Реалії та перспективи українського книжкового ринку (Про інформаційний маркетинг. І не лише про нього…)* : зб. ст. і матер. круглого столу «Розвиток інформаційного маркетингу на книжковому ринку України». Упоряд. Є. І. Огар. Львів : Аз-Арт, 1997. С. 80–99.

4. Сокірян А. Сучасний дитячий журнал: загальна характеристика. *Друкарство.* 2006. № 1. С. 25–28.

5. Спринчак Олексія Вирощування меліси лікарської у домашніх умовах. *Колосок*. 2020. № 12. С. 44–45.

6. Стадницька Ю. В. Дитяча публіцистика як об’єкт дослідження. *Вісник Сумського державного університету. Серія Філологічні науки*. 2006. №3 (87). С. 20–24.

Рогова Т.А.,
кандидат наук соціальних комунікацій,
старший викладач кафедри журналістики
Запорізького національного університету
Україна, м. Запоріжжя

СУЧАСНА ВОЄННА ЛЕКСИКА У ТЕЛЕВІЗІЙНОМУ ЕФІРІ

З початку повномасштабного вторгнення російських окупаційних військ в Україну значно змінилась риторика як журналістів, так і ведучих телевізійних інформаційних програм. Використовуються офіційні зведення Генерального штабу та речників на окремих територіях, очільників міст та воєнних районних чи обласних адміністрацій у вигляді синхрону – окремого записаного фрагменту, наприклад на місці подій, або із щоденного брифінгу, мають місце і аналітичні зведення, виконані із застосуванням графічних екранних елементів: зображення у вигляді невеликого логотипу із ілюструванням виду техніки, кількісного складу із числовим показником для представлення інформації про втрати ворога за добу і у загальному розрахунку – за період з початку вторгнення.

При цьому досить помітним, зокрема через частоту вживання, є використання емоційно забарвленої лексики на позначення ворога, його території, агресивних дій та президента рф – в. путіна. Особливо це було помітно в етері національного марафону «Єдині новини» у перші місяці війни, але сьогодні в ефірі «24 каналу», які часто у розмовному форматі проводять Дарія Кудімова, Артем Овдієнко [1], коли спілкуються віддалено із експертами. Видозміна лексики, поява брутальних, часом агресивних (але правдивих), занадто емоційних та суб'єктивних слів пов'язана з такими факторами:

–емоційне напруження, моральне виснаження українців і медійників також;

–відповідна захисна реакція на наративи, що просуваються в рф – «націоналісти», «нацики», «бандери», «русофоби» в бік українців;

–спосіб ведення інформаційної війни із агресором;

–швидка трансформація класичної ефірної журналістики в сучасну, крос-медійну, для якої характерні диджитальні елементи та більш вільна комунікативна політика, властива соціальним мережам.

При цьому є загроза зниження самовимогливості, підвищення ризику невідповідності стандартам, на чому ще у 2015 році наголошувала дослідниця Я. Дорошенко: «користування соцмережами в журналістиці погано відбивається на якості роботи працівника медіа, тобто на професійних стандартах та достовірності інформації, яка публікується» [5, с. 17], або видається в радіо та телевізійний етер.

Серед основних слів на позначення ворожої армії в телевізійних програмах, виділимо такі:

–«русня», окрім основного значення термін використовується інколи для демонстрації мешканців рф, зокрема тих, що активно не протестували у лютому після початку війни в Україні, та у вересні – жовтні після оголошення часткової мобілізації;

–«орки», але після 17 серпня і звернення виконавця ролі Саурона у трилогії «Володар перснів» Сала Бейкер із закликом не ототожнювати воїнів у телевізійному фільмі із росіянами [3], які дозволяють собі варварські методи боротьби, кількість використання слова стала менше, проте воно міцно укорінилось у професійній та побутовій лексиці;

–«рашисти» за аналогією із фашистами, які підтримували ідеологію лідерів Німеччини, Італії, Іспанії під час Другої Світової війни;

–«расєяні» – із акцентом на оригінальну вимову російською мовою нації і одночасно демонстрацією ганебного ставлення;

–«московиті» – жителі Москви, росії, асоціація із суцільним злом; у серпні це слово знайшло відображення у пісні «Himers» Тараса Боровика – «московитів не любити і довести не любов помагає знов і знов Himers»;

–«мобікі» – спочатку слово використовувалось на позначення низькопрофесійних, немотивованих мобілізованих з тимчасово окупованих територій Донеччини і Луганщини у 2014 році; після 21 вересня і оголошення часткової мобілізації так почали називати новобранців із усієї росії;

–«фарш» та «м'ясо» – зневажливе ставлення до росіян, які прийшли воювати в Україну та будуть вбиті, «перемелені».

Говорячи про слова та словосполучення на позначення російського диктора, то варто зазначити, що 10 березня Міністерство культури дозволило писати «путін» і «кремль» з малої літери [7], а через два тижні Олександр Авраменко «порадив українцям писати слова "росія", "путін" та "московія" з маленької літери. Більше того, заслужений працівник освіти України наполегливо рекомендує використовувати нове правило, аргументуючи це тим, що всі перераховані вище значення є синонімами фашизму» [6]. На усіх телеканалах України у титрах та «бігунку» ця порада втілилася у реальність. Окрім того, помітні і такі вирази для вказівки на агресора – «хутін», «шмутін», що з'явились як більш етична версія на приспівку, вигадану для демонстрації ставлення до президента РФ ; уперше її виконали вболівальники футбольного клубу «Металіст» у Харкові 30 березня 2014 року на спільному марші з фанами «Шахтаря». Прізвище агресора лягло в основу нової філософії – путінізму, яка спрямована на тотальне знищення України як держави та всього українського. Великі зусилля у дослідженні різновиду нового тоталітарного режиму доклали Борис та Віра Дем'яненки ще у 2018 р. У своїй науковій праці вони звертаються до витоків дефініції: «Використання терміна "путінізм" переважно в критичному значенні (як поєднання превентивних заходів і стагнації в неконкурентоздатній, економічно ослабленій РФ) започатковане ЗМІ. Одним із перших його використав щодо президента Росії В. Путіна журналіст New York Times У. Сафір у 2000 р. переважно в публіцистичному розумінні для позначення культу особи, цензури і мілітаризму. Одним із перших у РФ увів термін «путінізм» у повсякденний вжиток політолог А. Піонтковський» [4, с. 243].

Після активізації заяв про можливе застосування ядерної зброї, ведучі випусків новин та експерти використовували словосполучення «мавпа із гранатою», «хворий на всю голову». Опираючись на маленький зріс в. путіна та те, як він з цього приводу некомфортно себе почуває, а також на те, як часто штучно вирішують проблему невисокого зросту, аби агресор виглядав не нижче інших під час офіційних зустрічей з державними лідерами, можете зустріти слова «карлик», «кремлівський карлик», «московський карлик». Приймаючи до увагу несамовиту жорстокість до українців та рішення провести спочатку приховану, а потім часткову, але відкриту мобілізацію, агресора називають «м'ясник». В ефірів телеканалів не були помічені висловлювання, проте на особистих каналах на YouTube та сторінках в соціальних мережах, зокрема Д. Гордона та Анатолій Анатоліча були помітні слова в бік диктатора, що використовуються на позначення засобів контрацепції.

Проаналізуємо топонім «росія», який з лютого 2022 року в ефірі випусків новин, в сторінках в соціальних мережах у вигляді дописів, а також під час ефірів з експертами, змінився на такі «рашка», «ерефія», «московщина», «болота». Зауважимо, що все частіше можна почути з вуст ведучих, зокрема Артема Овдієнка: «на росії, на московщині», як аналогія, коли росіяни умисно кажуть і пишуть «на Україні», таким чином нівелюючи суверенітет та державну цілісність. Показовою науковою роботою є розвідка Г. Гецко, в який авторка вказує: «Саме в медіатекстах з'являються як нові слова, що називають нові реалії, так і вторинні номінації, які надаються об'єкту з іншою мотивованістю та з певною метою» [2, с. 175]. Що стосується словосполучення «на болотах» – це видозмінена назва болотної

місцевості, де була заснована столиця рф та куди відправляли, згідно із історичними довідками, «юродивих» з Київської Русі. Емоційна прив'язка та історичний контекст співпрацюють разом із лінгвістичною основою слова: «Лексичний фон топоніма – поєднання лінгвальних та екстралінгвальних компонентів, де саме екстралінгвальний компонент надає інформацію про відомості, що пов'язані з конкретним географічним місцем. На відміну від антропонімів, топоніми наділені також національним колоритом» [2, с. 177].

Отже, поруч із більш виваженими толерантними назвами «країна-агресорка», нейтральними «росія», мають місце емоційно насичені: «ерефія», «моковія», а на позначення росіян – «московиті», «жмурики», «орки» тощо. Можемо спрогнозувати, що із збільшенням емоційного напруження, із появою як позитивних новин (звільнення територій, просування ЗСУ), так і патогенних (людськи жертви, ракетні та артилерійські обстріли, знищення об'єктів інфраструктури), насиченість емоційно забарвленої лексики в телевізійному ефірі буде хвилеподібною, і це потенційно буде продовжуватися до закінчення визвольної війни.

Список використаних джерел

1. 24 канал. *Офіційний сайт*. URL: https://24tv.ua/. Дата звернення 04.10.2022.
2. Гецко Г. Топоніми й антропоніми як складники метонімічних перейменувань у сучасних медіатекстах. *Науковий вісник Ужгородського університету : серія: Філологія* / ред. кол. : М. Номачі (голов. ред.), Н. Венжинович, Ю. Бідзіля та ін. Ужгород : ПП Данило С. І., 2021. Вип. 1 (45). С. 175–181.
3. Горлач П. Орки попросили не називати росіян орками у новому ролику UAnimals. *Суспільне. Культура*. URL: https://suspilne.media/272605-orki-poprosili-ne-nazivati-rosian-orkami-u-novomu-roliku-uanimals/. Дата звернення 04.10.2022.
4. Дем'яненко Б., Дем'яненко В. «Путінізм» як різновид авторитарного політичного режиму. *Наукові записки Інституту політичних і етнонаціональних досліджень ім. І. Ф. Кураса НАН України*. 2018. Вип. 2. С. 241 – 257.
5. Дорошенко Я. Особливості екстремальної журналістики в соціальних мережах (на матеріалах конфлікту на сході України). *Наукові дослідження українського медійного контенту: соціальний вимір*. 2015. № 3. С. 16–21.
6. Кравчук А. Філолог Авраменко порадив українцям писати слова «росія» та «путін» з маленької літери. *Obozrevatel*. URL: https://news.obozrevatel.com/society/filolog-avramenko-razreshil-ukraintsam-pisat-slova-rossiya-i-putin-s-malenkoj-bukvyi.htm. Дата звернення 2.10.2022.
7. Мінкульт дозволив: «путін» і «кремль» можна писати з маленької літери. 24 канал. URL: https://24tv.ua/minkult-dozvoliv-putin-kreml-mozhna-pisati-malenkoyi-literi_n1900518. Дата звернення 05.10.2022.

Рула Н.В.,
магістрантка спеціальності «Журналістика»
Національного університету «Запорізька політехніка»;
Панченко С.А.,
кандидат філологічних наук,
доцент кафедри журналістики
Національного університету «Запорізька політехніка»
Україна, м. Запоріжжя

ВПЛИВ ПАТОГЕННИХ МЕДІАТЕКСТІВ НА АУДИТОРІЮ ЗМІ

Однією з функцій журналістики є участь у формуванні громадської думки. Журналісти через той контент, який вони створюють, реалізовуючи завдання власника медіа, здатні конструювати певну реальність. Інструментами такого впливу є арсенал комунікаційних технологій, маніпулятивних технік, який робить журналістські тексти патогенними. І таких патогенних текстів у нашому професійному медійному середовищі чимало, що й зумовлює актуальність дослідження.

Вивченням поняття «патогенний текст», його ознак, сфери використання займалися такі дослідники як М. Лозинський, Л. Масімова, Б. Потятиник, С. Проскуріна, К. Серажим та ін.

Уперше приділили увагу вивченню патогенних текстів Б. Потятиник та М. Лозинський, які у спільній праці «Патогенний текст» [5] спробували комплексно його описати. Також вагомою є робота Б. Потятиника «Медіа: ключі до розуміння» [4].

У своєму інтерв'ю «Детектор медіа» Б. Потятиник зазначив, що «патогенний текст – це семіотична (знакова) структура, яка має вбудовані механізми розмноження, самоекспансії. … У такий спосіб патогенний текст розмножується, експлуатуючи наш психологічний ресурс. Маса цього тексту зростає протягом усієї історії людства, й чим більше він нас оточує, тим більше стимулює до лихоманкового, з невпинним прискоренням, створення нових текстів. … Я дотримуюсь ширшого, більш філософського трактування, за яким усякий текст у кінцевому підсумку є патогенним. У тому розумінні, що є розплата за те, що ми живемо в тексті й живемо текстом» [1].

Л. Масімова у статті «Критерії патогенності текстів» висловлює міркування, що «у широкому розумінні, патогенним є будь-який неякісний текст» [3, с. 151], а у вузькому визначає його, як «текст, у який вмонтовано механізм, що змушує читача саме змарнувати свій час. І це не обов'язково тексти, в яких зображується еротика заради еротики, або насильство заради насильства. Це тексти, на перший погляд, безневинні, адже вони дотримуються усталених норм моралі. Але, пропонуючи споживачеві задовольнятися вже відомими йому істинами, вони не додають нічого нового для досвіду людини. Шкідливість таких текстів полягає в тому, що вони привчають споживати інформацію, не докладаючи жодних зусиль, таким чином виробляють звичку некритичного сприйняття текстів» [3, с. 151].

Б. Потятиник та М. Лозинський виділяють два типи патогенних текстів. «Вони ґрунтуються на: 1) емоції задоволення (порнографія, гіперболізована реклама); 2) емоції незадоволення (теле-, відеонасильство, пропаганда расової, релігійної, національної, класової ворожнечі, пропаганда війни» [5, с. 288]. Симптомами патогенного тексту Б. Потятиник вважає: «1) погіршене сприйняття нової, особливо суперечливої інформації, зациклення на певній інформації, як єдино правильній, параноїдальна одержимість певним текстом; 2) зниження морально-психологічного рівня функціонування особистості» [5, с. 209].

У своїх роботах науковці звертають увагу на те, що патогенні тексти неодмінно впливають на аудиторію і цей вплив несе у собі руйнівну силу. Так, Б. Потятиник зазначає: «Патогенний текст включає в себе маніпулятивне управління людською свідомістю з негативним підґрунтям» [4, с. 157].

К. Серажим у роботі «Журналістський текст патогенного характеру» також засвідчує неминучий негативний вплив таких медіатекстів на адресата, причому цей вплив може бути керованим (замовленим) або випадковим. Для того, щоб створювати патогенні тексти, людина має володіти неабиякими знаннями з психології, адже їх сенс полягає в тиску на психіку з метою досягнення бажаних результатів, спрямованих на користь того, хто ці тексти створює. Як зазначає К. Серажим, «існують загальноприйняті схеми між розповідачем і слухачем. Отже, текст повинен пройти безліч шляхів і зупинятися на багатьох пунктах, аж поки не фінішує. Тому не важко зрозуміти, що люди, які створюють патогенні тексти, мають продумувати кожне своє слово до найменших деталей. Це дає можливість лише досвідченим

особам добре оперувати патогенними текстами, які дійсно поведуть людей неправильним шляхом» [7, с. 164].

Також дослідники дають пояснення механізмам впливу патогенних текстів. Наприклад, Л. Масімова подає ілюстрацію маніпуляції патогенним текстом, спираючись на роботи з семіотики італійського науковця У. Еко. Вона наводить приклади, того, як саме текстуальна стратегія маніпулює читачем: «Якщо це інформаційний жанр, то текст не містить нової інформації, якщо сюжетний – використовує статичні характери персонажів. Сам сюжет не розвивається, чи пропонує фальшивий рух. Надмірне розтягування сцен виключає простір з аналітичного сприйняття тексту, коли стає не важливо, де і коли відбуваються події» [3, с. 151–152]. Дослідниця підсумовує, що «будь-який текст, що примушує гаяти час, служить панівній ідеології, адже постійний користувач такого тексту не здатен не тільки якимось чином впливати на соціальне життя, а навіть не хоче змінити власне» [3, с. 152].

Н. Ліщинська пропонує зобразити схему механізму маніпуляцій свідомістю людей у вигляді концентричних кілець, у центрі яких стоїть патотекст (найчастіше міф), що поступово руйнує здатність критично мислити. «З'явившись у свідомості маніпулятора, міф розповсюджується через засоби масової комунікації і, паралельно, як звичайна чутка, але завдяки постійному повторенню і штучно дібраним «фактам» на підтвердження сказаного, сприймається як правда. Такий патогенний текст стає причиною появи стереотипів. Людина автоматично починає вірити в те, що їй нав'язується як абсолютна істина, і втрачає критичність мислення, а отже, творить свої міфи, таврує справжні цінності й факти нав'язаними їй ярликами, почувається загубленою і розгубленою. Бажаючи позбутися відчуття дискомфорту, вона шукає однодумців, а згодом її індивідуальність повністю розчиняється у масі» [2].

Д. Скорікова виділила два важелі впливу на людину за допомогою патогенного тексту: аргументаційний та маніпулятивний. «Перший спосіб цілком прийнятний для демократичного суспільства. Щодо другого, то він стосується психології і вважається неетичним, несе в собі негатив. Маніпулювати можна лише добре знаючи, на що можна "надавити" у психіці людини» [8].

Дослідники обговорюють у своїх статтях і роль медіа у поширенні патогенних текстів. Зокрема, так пише професор Б. Потятиник: «Не останню роль у передачі патогенних текстів відіграють медіа. Вони найбільше впливають на глядачів, не дарма ЗМІ ще називають четвертою владою» [8].

Особливості впливу патогенного тексту на особистість, маніпулятивно-комунікативну інтенцію впливу медіатексту на психіку людини, що може призвести до деструкції, вивчала О. Рак. Вона вважає, що сьогодні патогенна інформація корелює з поняттями напруги, стресу, психологічного тиску, деградації мови, дестабілізації поведінки, культурного дефіциту тощо. Дослідниця зазначає: «Війна в інформаційно-комунікативному середовищі відображає різножанрову палітру знакових повідомлень, що мають в своїй основі як негативну, так і позитивну властивість (характер) впливу на людину в цілому (інтелект, мислення, мову, культуру, традиції, поведінку, психіку тощо)» [6, с. 5].

О. Рак констатує: «Психологічна та інформаційна війни – сьогоднішні реалії, проте журналістська етика повинна пам'ятати і про психологічну безпеку людини, не зловжити людською психікою та «смакувати» надзвичайними новинами на всіх медіаканалах. Негативна інформація (наприклад, фільми жахів, надзвичайні новини, реклама, телерадіопередачі про людські проблеми, жорстокі випадки з життя, заголовки в пресі тощо) є масово актуальною у ЗМІ, проте не завжди сприйнятливою для споживача (читача, слухача, глядача), оскільки веде до деструктивного буття людини» [6, с. 8].

Отже, патогенні тексти шкідливо впливають на реципієнтів, викликають задоволення чи незадоволення, змішані емоції; їх негативний ефект виявляється через вироблення залежності

від певної особи, ідеї, страху, породження міфів, стереотипів. Патогенні тексти чинять неминучий скерований вплив на аудиторію, адже здатні сприяти маргіналізації суспільства, притуплюють здатність до критичного мислення, відволікають увагу від важливих проблем. Автор патогенного тексту має володіти неабиякими знаннями з психології для досягнення конкретної мети. У розповсюдженні патогенної інформації значну роль сьогодні відіграють ЗМІ.

Список використаних джерел

1. Довженко О. Борис Потятиник: «Немає іншого виходу, крім медіаосвіти». URL: https://www.mediakrytyka.info/ohlyady-analityka/borys-potyatynyk-nemaye-inshoho-vykhodu-krim-mediaosvity.html (дата звернення: 10.09.2022).
2. Ліщинська Н. Патогенний текст як засіб масової маніпуляції. *Документ у збереженні індивідуальної / соціальної пам'яті*: зб. наук. пр. за мат. Всеукр. наук.-практ. конф. (Тернопіль, 3 груд. 2015 р.). Тернопіль : ТНЕУ, 2016. С. 61–67.
3. Масімова Л. Г. Критерії патогенності текстів. *Наукові записки Інституту журналістики*. 2010. Том 41. С. 150–152.
4. Потятиник Б. В. Медіа: ключі до розуміння. Львів : ПАІС, 2004. 312 с.
5. Потятиник Б., Лозинський М. Патогенний текст: монографія. Львів : Місіонер, 1996. 296 с.
6. Рак О. Ю. Патогенна та маніпулятивно-комунікативна інтенція впливу медіатексту на деструкцію свідомості людини. *Парадигма пізнання: гуманітарні питання*. 2015. №5 (8). С. 1–18.
7. Серажим К. С. Журналістський текст патогенного характеру. *Держава та регіони. Серія: Соціальні комунікації*. 2010. № 2. С. 161–171.
8. Скорікова Д. В. Психологічний аспект тексту. URL: http://journlib.univ.kiev.ua/index.php?act=article&article=1992 (дата звернення: 12.09.2022).

Скуртул Г.С.,
кандидат філологічних наук,
доцент кафедри журналістики
Національного університету «Запорізька політехніка»
Україна, м. Запоріжжя

ОСОБЛИВОСТІ ВИКОРИСТАННЯ ПОДКАСТИНГУ ПІД ЧАС ДИСТАНЦІЙНОГО НАВЧАННЯ МАЙБУТНІХ ЖУРНАЛІСТІВ

Щодня наукова спільнота вдосконалює звичний освітній ландшафт. Беззаперечно, що формати інформаційно-комунікативних технологій стають реальністю освітнього процесу. Виклики першої третини XXI століття (революції, пандемія, війна) і, як наслідок, – цифровізація навчального процесу змушують шукати нові підходи в організації навчання. На сьогодні є багато можливостей урізноманітнити навчання студентів.

Останнім часом, крім відеопрезентацій лекцій, актуальним видається викладання навчального матеріалу у форматі подкастів, які є самостійним медіаутворенням, що дає змогу успішно організовувати освітній процес, а також проводити практичні заняття з відповідних курсів. Саме слово «podcasting» (англ.) є відомим завдяки ведучому каналу MTV Адаму Керрі, який за допомогою словоскладання поєднав дві лексеми: «iPod» – торгова марка серії портативних медіапрогравачів компанії Apple і «broadcasting» – повсюдне широкоформатне мовлення. Дослідниці О. Дорощук і П. Тріфонова влучно зазначають: «подкасти як технологія

подачі інформації має інноваційний потенціал, який полягає в поєднанні інформаційної насиченості з необмеженою авторською свободою в інтерпретації інформації. Це дозволяє діючим ЗМІ використовувати інтегративні можливості подкасту для розширення аудиторії перекомпонування контенту та розвитку медіакомунікацій» [2]. Зазначимо, що в науковій літературі подкаст як освітня технологія розглядається переважно в контексті вивчення іноземних мов та інформаційних технологій. Вважаємо актуальним активне залучення подкастингу для дистанційного навчання й майбутніх журналістів із дисциплін як теоретичного, так і практичного характеру. По-перше, на нашу думку, подкасти дають можливість вирішити низку методологічних завдань: вміти знаходити цікаву інформацію, структурувати її в декодований текст, розвивати навички саморедагування, відпрацьовувати мовленнєву поведінки в ефірі та ін. Усе перераховане є основним у навчанні майбутніх журналістів. По-друге, створення подкастів формує в студентів необхідну медіакомпетентність, яка дозволяє працювати в цифровому середовищі і володіти технологічними процесами створення медіапродукту.

Подкаст – це повноцінний продукт медіаконвергенції, який поєднує в собі інформаційні технології (запис звуку), традиційну журналістику (контент) і маркетинг (просування і монетизацію). Через це досліджуваний формат стає одним із ключових медіапроєктів сучасної конвергенції. Все це детермінує доречність використання подкастингу в освітній програмі «Журналістика» і, зокрема, під час вивченні курсу «Радіовиробництво (виробництво контенту, продукту, промоція)». Ця дисципліна складається лише із практикуму, тому створення авторських подкастів викликає в студентів великий творчий інтерес. Особливо цікаві подкаст-проєкти з точки зору їхнього виражально-звукового оформлення. Так, на прикладі подкастів «Звуки онуки» («Радіо Skovoroda»), «Музика розкаже» («Urban Space Radio»), «Повітряна стихія» («Суспільне. Подкасти»), «Русскій фейк, іді на ***!» («Українське радіо») студенти досліджують формотворчі і стилетворчі засоби, які допомагають журналістам створити «акустичний портрет» подкасту, його звуковий образ.

Сучасний подкастинг демонструє широку палітру жанрів і форматів: інтерв'ю («Тут-і-тепер» («The Ukrainians»), «Чому державною?» («Радіо Skovoroda»), «Емоційний інтелект» («Радіо Культура»), бесіда («Не тільки у Львові» (Радіо «Skovoroda»), «Планета катастроф» («Urban Space Radio»), «Мати драконів» (Радіо «НВ»), дискусія («Наразі без назви» («The Ukrainians»), «Вуса Гоголя», «Без оголошення війни» («BOV Media»), розслідування («Культурний трибунал» («The Ukrainians»), «Суспільне Розслідування» («Суспільне. Подкасти»), щоденник («Щоденник Війни», «Щоденник вагітної подруги», «Не мамкай») та ін. Така поліфонія також має навчальну складову, адже дає можливість зоорієнтувати студентів у жанровій специфіці радіожурналістики і засвідчує унікальність подкастів, головним завданням яких – є задоволення запиту широкої аудиторії. Слухання подкастів все частіше стає атрибутом сучасного користувача мережею Інтернет і сприймається як один з інструментів саморозвитку, що підтверджується політематичністю: література, психологія, історія тощо. Активний розвиток комерційного радіомовлення, а також технічні можливості виробництва аудіопродукту викликали інтенсифікацію подкастингу й на українському медіаринку. Український подкастинг активно розвивається з 2018 року.

У період дистанційного навчання подкасти особливо актуальні, адже дозволяють майбутнім журналістам отримати не лише необхідні професійні навички, але й додаткові знання з різних галузей. Насамперед, подкасти в дистанційній освіті привабливі такими можливостями: регулярність, серійність, змістовність, комунікативність, експертність, зручне слухання (фонове/селективне), доступність. Слухачі можуть підписуватися на необхідні їм серії (епізоди, частини) випусків, обирати потрібні тематичні напрями за дисциплінами. Також перевага подкастів ще й в індивідуальному підході до слухача: у процесі слухання автори подкастів створюють ілюзії спілкування з реципієнтом у режимі реального часу, тут і зараз.

Для студентів – це альтернатива блогу, у якому реально можна зафіксувати свої думки, почуття, погляди на ту чи іншу проблему, використовуючи при цьому всі можливі виражальні засоби радіовиробництва. Цілком доречно О. Дмитровський ототожнює подкасти із блогами та радіо: «Подкастом може бути окремий файл або регулярно поновлювана серія таких файлів, що публікуються за однією адресою в Інтернеті… подкастинг – це місце, де перетинаються блогінг і радіо» [1]. Доцільним вважаємо залучення подкастів не лише з точки зору радіовиробництва, а і як науково-популярного допоміжного сегмента в опануванні гуманітарних дисциплін. Наприклад, тематичні блоки дисципліни «Історія української культури» можуть бути доповнені прослуховуванням епізодів подкастів «На часі», «Культурний трибунал», «Культурний подкаст», «Княжий Київ»; «Медіабезпека» – «Тут-і-тепер»; «Сучасна українська література» – «Книгосховище», «Війна і книга», «Стилет чи стилос», «Літературно (не)залежні», «Вуса Гоголя», «Kult: Podcast», «Правда і кривда: (ні)коли знову», «Перефарбований лис»; «Спортивна проблематика в ЗМІ» – «Коментаторська», «Просто футбол».

Отже, навчання журналістів у Національному університеті «Запорізька політехніка» відповідає вимогам медіаринку, який рухається в бік цифровізації й пов'язаними з нею необхідними навичками та вміннями. З огляду на це застосування інноваційних освітніх форматів, таких як подкасти, досить актуальне. Цей аудіосегмент затребуваний як під час викладання навчального матеріалу, так і в межах відпрацювання вмінь майбутніх медійників. Подкастинг може використовуватися й у фундаментальній освіті, і в практично-орієнтованій. Виявляється актуальним розміщення посилань на студентські подкасти (портфоліо) в офіційній групі НУ ЗП «Журналісти» на Facebook чи на сайті кафедри журналістики. Це в свою чергу дозволить вести профорієнтаційну роботу, направлену на залучення школярів до вступу на спеціальність «Журналістика».

Список використаних джерел

1. Дмитровський О. Типологія українських подкастів – найважливішого сегмента інтернет-радіо. URL : http://nbuv.gov.ua/UJRN/Tir_2015_14_21 (дата звернення: 09.10.2022).

2. Дорощук Е., Трифонова П. Инновационный потенциал подкаста как интегрированной медиатехнологии. URL : https://cyberleninka.ru/article/n/innovatsionnyy-potentsial-podkasta-kak-integrirovannoy-mediatehnologii/viewer (дата звернення 09.10.2022).

Слинько Р.О.,
магістрант спеціальності «Журналістика»
Національного університету «Запорізька політехніка»;
Погребна В.Л.,
доктор філологічних наук, професор,
завідувачка кафедри журналістики
Національного університету «Запорізька політехніка»
Україна, м. Запоріжжя

СИНТЕЗ ЖАНРОВИХ РІЗНОВИДІВ У ПУБЛІКАЦІЯХ БІОГРАФІЧНОГО СПРЯМУВАННЯ

У публіцистичному, науковому, художньому, мемуарному дискурсах представлено безліч матеріалів та публікацій, в яких надаються біографічні відомості про події, факти життя людей. Матеріали такого спрямування досить часто використовуються у глянцевих виданнях, які зорієнтовані на відображені успіху відомих, успішних людей.

У журналістикознавстві виділено й описано певні жанри, які дотичні до біографічної публіцистики. Це портретний нарис, портрет, біографічний нарис, есе, життєва історія. Найпопулярніший жанр біографічного спрямування – нарис, біографічний чи портретний, в якому розповідається про життя публічних персон (політиків, спортсменів, зірок шоу-бізнесу, бізнесменів тощо), демонструється специфіка діяльності персони, еволюція її характеру, психологічні особливості вчинків та взаємодії з оточуючими. Важливим є те, що у нарисі йдеться про шляхи досягнення успіху, називаються умови та фактори, події, які вплинули на формування особистості. Природу нарису вивчали М. Воронова [1], В. Здоровега [2], В. Карпенко [3], І. Михайлин [4] та ін.

Цікавий жанр у межах публіцистичної біографіки – есей, який характеризується суб'єктивністю автора, вільною композицією, фрагментарністю, асоціативністю. Біографічні відомості містяться і в життєвій історії, хоча, зрозуміло, що цей жанр не призначений для того, щоб передати всю біографію людини, тут висвітлюються тільки один чи декілька значимих епізодів її життя.

С. Шебеліст у статті «Трансформаційні процеси в системі журналістських жанрів» характеризує життєву історію як частковий замінник нарису: «Поступовий, утім, усе-таки не остаточний занепад колись поширених журналістських жанрів (нарис, фейлетон, памфлет) пов'язаний із їхньою неорганічністю і невідповідністю реаліям життя… Однак це не зменшило читацького інтересу до… «маленької людини". … Матеріали про неординарних сучасників подають, зазвичай, у формі інтерв'ю, репортажу, життєвої історії чи в їхній комбінації» [6, 277–278]. Більшість дослідників наголошують на взаємопроникненні, модифікації, синкретизмі, трансформації жанрів біографічного спрямування (публікації, які присвячені цим питанням. Кардинальні зміни в системі сучасних жанрів потребують вивчення та узагальнення, зокрема, потребують осмислення жанрові інновації в публікаціях біографічного спрямування в інформаційно-рекламному журналі «VIP club», що пояснює актуальність нашого дослідження.

Журнал «VIP club» – перший глянцевий кольоровий журнал Запоріжжя, який почав виходити з 2004 року. Це єдиний журнал в Запорізькій області, який стабільно працює вже понад 18 років. Виходить раз в два місяці, обсяг журналу – 88-100 сторінок. Випускається тиражем 5000 примірників. Журнал «VIP club» позиціонує себе як інформаційно-рекламне видання.

У журналі «VIP club» біографічний дискурс представлений у рубриках «Біографія успіху», «VIP-пара», «VIP-тато», «VIP-мама», «VIP-персона», «Найсміливіший VIP», «Вільні серця» («VIP-холостяк», «VIP-холостячка»), «VIP в образі», «VIP інтер'єр», «Той, хто живе здорово» (більш рання назва рубрики «Здоровий VIP»), «Власник найцікавіших речей» (більш рання назва рубрики – «Сім речей»), «Домашній улюбленець, який змінив людину».

Рубрика «Персона номеру» зорієнтована саме на біографічний контент. Матеріали про відомих людей Запоріжжя подають, зазвичай, у формі портретного нарису, інтерв'ю, життєвої історії, есе чи в їхній комбінації. Оскільки журнал «VIP club» позиціонує себе саме як інформаційно-рекламне видання, зрозуміло, своєю метою автори публікацій мають не тільки дати портрет сучасника, розповісти його життєву історію чи біографію, а й прорекламувати його діяльність.

Героєм публікації Анастасії Пойди «Що за плечима та на серці Михайла Прасола: біографія найшаленішого депутата Запоріжжя» (VIP club, 2022, № 94, рубрика «Персона номеру») є Михайло Прасол – відомий запорізький правозахисник, адвокат, депутат Запорізької міської ради, заступник директора в юридичній фірмі «Ярослав Гришин та партнери». На обкладинці журналу саме його портрет, оскільки він – VIP-персона номеру.

Матеріал займає шість сторінок, текст супроводжують 28 фотографій (з архіву Михайла Прасола та зроблені фотографом Ольгою Опілат). Підписи до особистих та сімейних фото

(коментарі автора публікації) як би розширюють просторово-часові межі зображеного, дають уявлення про біографію персони номеру. Читач знайомиться не тільки з діяльністю Прасола-юриста, депутата, громадського діяча, а й отримує відомості про його внутрішні принципи, життєвий тернистий шлях, дитинство, хобі, уподобання.

Під деякими фотографіями розміщені уривки з інтерв'ю, відповіді депутата на запитання автора публікації, його коментарі. Наприклад: «Ніхто не уявляв, що буду займатись політикою, адже вважав це недосяжним, для такого простого хлопця, як я. Проте знав, що буду успішним, тому що люблю багато працювати. Це моє головне правило та кредо, тому що будь-які зусилля з часом конвертуються в те життя, на яке ти заслуговуєш» [5, с. 12].

Текст поділяється на блоки, кожен з яких має промовисті назви: «Кожен має право на захист», «Дитинство закінчується в 12», «Кругообіг енергії Михайла Прасола», «Ближче до влади», «Шалений депутат», «Змінити мислення та місто», «У чому сила, брате?». Автор емоційно відтворює значимі епізоди, ситуації із життя героя публікації (наприклад: «боровся за справедливість та захищав слабких Михайло ще змалечку» [5, с. 9]), використовує його пряму мову. Матеріал оформлений як інтерв'ю, деякі відповіді персони номера відрізняються філософічністю та психологізмом: «… нам усім хочеться дива, щоб прокинутися та виграти в лотерею. А треба вірити в маленькі кроки, ступаючи якими щодня стаєш сильнішим. Тому що з кожним кроком ти ближчий до мрії. Для когось це велике багатство, та для мене це щастя – пізнати себе та жити в гармонії» [5, с. 13]. Найвагоміші висловлювання Михайла виділяються шрифтом і білими літерами на чорному фоні: «Для мене досі відпочинок – найстрашніша річ» [5, с. 9], «У свої 14 я заробляв навіть більше, ніж батьки однолітків» [5, с. 10], «Я бачив карти, як супротивники планували ділити наше місто» [5, с. 11], «Депутатам потрібно бути GPS-навігатором для бізнесу» [5, с. 12], «Треба вірити в маленькі кроки, ступаючи якими щодня стаєш сильнішим» [5, с. 13].

Автор використовує такий прийом, як опис інтер'єру, який теж характеризує героя публікації: «В офісі… зустрічає зелений куточок із гербом партії «Укроп», далі – стіни з картинами запорізького художника Сергія Черемісіна та фотографіями Черчілля… картини Балабанова на стіні кабінету – колаж із персонажів видатних злочинців Голівуду: Аль Пачіно з фільму «Обличчя зі шрамом», Марлон Брандо з «Хрещеного батька» тощо» [5, с. 9].

На 11-й сторінці розміщено два QR-коди, які дають можливість отримати інформацію про депутатські справи та прийоми Михайла Прасола, а також його юридичні консультації. Біографічний портрет героя не тільки розширює знання читачів про цю неперсічну фігуру, а й рекламує його діяльність. Публікація закінчується рекламою ресторану, в якому проходила зустріч: «Висловлюємо подяку закладу «LiHoy» за місце проведення зйомки» [5, с. 13].

Проаналізований матеріал характеризується змістовністю, яскравим стилем, емоційністю, використанням промовистих ілюстрацій та фото, коментарів до них (як автора публікації, так і її героя), використанням QR-кодів, за якими можна знайти інформацію про час прийому депутата та юриста, про особливості роботи дизайнерської студії. Рекламна та інформаційна складова гармонійно поєднуються, роблять цю публікацію корисною та сучасною. У цьому матеріалі поєднуються ознаки таких жанрів, як: інтерв'ю, біографічний нарис, есе, життєва історія.

Таким чином, портретно-біографічний дискурс видання обумовлений бажанням журналістів розповісти про найвідоміших представників еліти запорізького краю. У публікаціях біографічного спрямування редакція переслідує інформаційну, рекламну, виховну мету. У таких матеріалах поєднуються ознаки таких жанрів, як: інтерв'ю, біографічний нарис, есе, життєва історія.

Список використаних джерел

1. Воронова М. Ю. Теорія та практика публіцистичного портрета: наук. видання. Київ : «ЛАТ&К», 2019. 312 с.
2. Здоровега В. Й. Теорія і методика журналістської творчості : підручник. Львів : ПАІС, 2008. 276 с.
3. Карпенко В. О. Журналістська творчість. Теоретично-методичні та практичні засади: підручник. Київ : Університет «Україна», 2012. 164 с.
4. Михайлин І. Л. Основи журналістики. Київ : Центр учбової літератури, 2011. 496 с.
5. Пойда А. Що за плечима та на серці Михайла Прасола : біографія найшаленішого депутата Запоріжжя. *VIP club*. 2022. № 94. С. 8–13.
6. Шебеліст С. Трансформаційні процеси в системі журналістських жанрів. *Вісник Львівського університету. Серія: Теле- та радіожурналістика*. 2010. Вип. 9. Ч. 1. С. 274–280.

Тестова Д.В.,
студентка спеціальності «Журналістика»
Бердянського державного педагогічного університету;
Мельнікова Ю.О.,
кандидат філологічних наук, доцент,
завідувач кафедри соціальних комунікацій,
Бердянського державного педагогічного університету
Україна, м. Бердянськ

ЖАНРИ ПОДКАСТІВ: АНАЛІЗ ІНФОРМАЦІЙНИХ РЕСУРСІВ

Подкасти в інформаційному просторі існують відносно нещодавно. Зародження подкастів відбулося на початку 2000-х років. Існує декілька визначень подкастів: збірка серійних аудіофайлів в основному на одну тему або з однією метою [3]; аудіозапис, який поширюється в інтернеті [9]; подкаст – тематичний аудіоблог з одним або декількома ведучими [9].

Жанрова палітра потребує детального вивчення, чим і пояснюється актуальність теми. Мета розвідки – дослідити жанрове розмаїття подкастів в інформаційному просторі сучасної України. медійних матеріалів. Під час роботи були використані методи, зумовлені темою і предметом дослідження: емпіричний (описовий) і теоретичні – метод аналізу, узагальнення, класифікація.

Наразі не можна говорити про сформованість ринку подкастів в Україні, він поки що перебуває на стадії розбудови. Це зумовлено тим, що вищезазначений формат є відносно новим для українського медіапростору. Однак певні тенденції у розвитку подкастів уже можемо спостерігати. До таких, зокрема, належить використання подкастів тими інтернет-медіа, основу яких становлять текстові матеріали. Подкасти проникли навіть у ту медійну частину, де вони, по суті, є чужорідним «тілом». Усе більше інтернет-медіа долучаються до продукування аудіоконтенту.

Як нами було зазначено вище, жанр подкасту з кожним роком набуває все більшої популярності та різноспрямованості. На думку Максима Шевчука, автора подкасту «Зроби якнайкраще» та засновника спільноти PodcastsNOWua.com, ринку подкастів як такого в Україні поки немає. Однак дедалі більше радіо (Radio Skovoroda, Urban Space Radio, Радіо Аристократи, Радіо НВ) та українські видання (The Ukrainians, «Куншт», The Village Україна, Vertigo) створюють свої подкасти. Серед них є україно-, російсько- та двомовні. Кирило

Бескоровайний, співзасновник видання «Куншт», стверджує, наприклад, що команда видання почала записувати подкасти, озвучуючи лонгріди, коли вони зрозуміли, що не всім читачам удається дочитати статтю до кінця [5].

Станом на січень 2020 року у світі було 850 000 діючих подкастів. Це понад 30 мільйонів епізодів. Для порівняння: у лютому 2018 року було 500 000 подкастів – на 350 000 менше [10].

Зважаючи на стрімкий розвиток подкасту як жанру, відбувся приріст інтересу українських медіа до розробки власного подкастингового бекграунду. Наразі подкасти випускають й Gwara Media. У їхній аудіобібліотеці присутні подкасти на креативних індустрій, культури, освіти, корегування професійного шляху, літератури, музики, творчості, психології, інформаційних потоків та здоров'я від фахівців, які розглядають кожну тематику у своїй окремій галузі [5].

«The Village Україна» пропонує слухачам такі теми, як психологія – «Простими словами», література, кіно, мистецтво – «Станція 451», «Mincultpryvit», здоров'я – «Здоровий подкаст», секс – «Сексуальний подкаст» [2].

Фахівці інформаційно-новинного ресурсу «Суспільне» є авторами подкастів про музику, історію, культуру та психологію. Подкасти, найчастіше, випускають одного разу на тиждень [8].

Наразі інтернет-медіа «Liga.net» пропонує слухачам лише один подкаст – «Перші Люди» на суспільну тематику [1].

«Українська правда» порушує такі теми: історія – «Українські 90-ті», «Євродонбас: Німецька спадщина», «#укрдерждовгобуд», суспільно-політичне життя – «Кляті питання», «Ок і шо?», «Україна після карантину», психологія – «Я не встигаю!», здоров'я – «Температура – нормальна!», економіка – «У тіні», кібербезпека – «Онлайн[за]хист», медіаменеджмент – «Медіабіль!», кіно/телеіндустрія – «До попкорну з Анною Паленчук», література – «Ранкова доза», культура – «Культура всего», медіаосвіта – «Minddetox Essays». Різні теми порушуються в подкасті «Життя бентежне» [7].

BBS news активно використовують просування подкастингу на своєму сайті та охоплюють теми історії, життєвих ситуацій, життя сучасних селебріті, науки, спорту та не забувають про новинну складову, кожного дня публікуючи огляд найрезонансніших тем. Зокрема, корисним є Global news podcast, адже у ньому журналісти розбираються з головними подіями, що відбулися у світі останніми днями, та актуальними проблемами. Усього за 30 хвилин можна почути думки експертів та топспікерів про останні новини та швидко зрозуміти, що відбувається у світі [11].

Інформаційний сайт Izone Media також використовує жанр подкастів у своїй журналістській діяльності та висвітлює теми здоров'я, українського мистецтва та жорстких репресій проти нього, виховання дітей та історії становлення та розвитку української журналістики [10].

Контент видання «The Ukrainians» представлений такими темами: суспільно-політичне життя – «Правила гри», психологія – «Робота на здоров'я», правознавство, судочинство – «Не та людина», музика – «Музика з історіями», креативні індустрії – «Маю ідею», екологія – «Дім», суспільство – «Іскра» (український скаути), «Homo codeus» (українці, які працюють у найкрутіших технологічних компаніях світу), «Репортери» (історії про реальне життя), «Роби добре» (історії волонтерів), «Точка повернення» (досвід волонтерів, ветеранів російсько-української війни, які стали успішними й змінюють себе та країну), права людини (соціально-вразливі групи) – «Спільні знаменники», історія – «Як ми кохалися». Подкасти не розподілено за групами, але опис кожного з них дає коротку характеристику тому, про що йтиметься в аудіосеріалі [8].

Якщо говорити про нішеві медіа, то контент їх подкастів відповідає тематичному спрямуванню ЗМІ. Так, видання «Ґрати» наразі продукує два проєкти – «Колючі Ріжучі» та

«Сирена». У фокусі подкасту «Колючі Ріжучі» – тема правосуддя, яку автори розкривають крізь призму історій окремих людей. У розпал воєнних дій, які розпочала рф проти України, редакція випустила новий проєкт – «Сирена». У ньому йдеться про життя українців під час війни, тобто продукується суспільно-політична тематика.

Інтернет-медіа «Локальна історія» пропонує слухачам подкасти «Давні міста», «Пісні війн та революцій», «Їли колись», «Українські історичні пісні про Різдво», «Норовисті пройдисвіти», «Без брому», «Туди-Сюди», «У пошуках Ярослава Осмомисла», «Спогади» тощо. Усі вони стосуються історичного минулого наших предків [4].

Широкий тематичний спектр подкастів представлений у виданні «Куншт»: інформаційна гігієна (медіаграмотність) – «Пост правди» (2 сезони), здоров'я – «МамаміяПандемія», психологія – «Головний подкаст», штучний інтелект – «Проєкт інтелект», магічне мислення – «До ворожки не ходи», наука (проблемні питання) – «Буде тобі наука», жінки в науці – «Жіноча справа» та ін. Інформація, представлена в подкастах «Куншту», подана в науково-популярному форматі.

Отже, подкасти в українському медіа-просторі охоплюють досить широкий спектр тем та сприяють формуванню свідомості аудиторії в залежності від тематичного спрямування.

Список використаних джерел

1. Інформаційно-новинний ресурс. URL: https://project.liga.net
2. Київська інтернет-газета. URL: https://www.the-village.com.ua/
3. Медіа про комунікації. URL: https://bazilik.media
4. Науково-дослідницький історичний проєкт. URL: https://localhistory.org.ua/
5. Незалежна медіаплатформа міста Харків. URL: https://gwaramedia.com
6. Новинний сайт «Суспільне» [Електронний ресурс]. URL: https://suspilne.media/
7. Онлайн-видання. URL: https://www.pravda.com.ua
8. Розділ подкастів інформаційного ресурсу «НВ». URL: https://podcasts.nv.ua
9. Сайт з подкастами. URL: https://uaspectr.com
10. Студія подкастів. URL: https://izone.media
11. Тематично-інформаційна служба. URL: https://www.bbc.co.uk

Тимченко І.Д.,
магістрант спеціальності «Журналістика»
Національного університету «Запорізька політехніка»;
Тонкіх І.Ю.,
кандидат філологічних наук, доцент
доцент кафедри журналістики
Національного університету «Запорізька політехніка»
Україна, м. Запоріжжя

ОСОБЛИВОСТІ ФУНКЦІОНУВАННЯ БЛОГІВ НА САЙТАХ УКРАЇНСЬКИХ ІНТЕРНЕТ-ВИДАНЬ

Останнім часом традиційні моноплатформні медіа стрімко втрачають свою аудиторію, яка віддає перевагу кросмедійним каналам комунікації. Соціальні мережі, месенджери та блоги для багатьох читачів стають альтернативним, незалежним та неупередженим джерелом інформації, який часто викликає більше довіри, ніж журналістські повідомлення в офіційно зареєстрованих ЗМІ. При цьому блогосфера, яка на початку свого існування була територією

мережевого міжособистісного спілкування та індивідуального творчого самовираження, швидко перетворилась на медіапростір масовокомунікаційної діяльності. При цьому блоги, як аматорські, так і професійні журналістські, часто виконують функції традиційних ЗМІ і сприяють розвитку громадянської журналістики. Насамперед це стосується блогів, розташованих на сайтах інтернет-видань, тому дослідження специфіки їх використання набуває на сьогодні особливої актуальності.

Мета роботи – визначити особливості функціонування блогів на сайтах українських інтернет-видань.

На трансформацію завдань та функцій блогосфери науковці звертають увагу вже давно. Цій темі присвячені роботи В. Гвоздєва, О. Гресько, А. Досенко, О. Кузнецової, М. Лагеревої, В. Лисенко, А. Недо, Ю. Сазонової та багатьох інших. Проте особливості функціонування різних видів блогів, залежно від обраної платформи, потребують наукового осмислення на сучасному етапі.

Українська блогосфера сьогодні функціонує на багатьох платформах: це можуть бути спеціальні хостинги (інтернет-сервіс «Blogger», відеохостинг «Ютуб»), блоги у соціальних мережах та блоги на сайтах інтернет-видань. Залежно від обраного типу платформи, блоги функціонують у текстовому, мультимедійному або відеоформаті. Авторами можуть бути як професійні журналісти, так і пересічні користувачі, а також фахівці різних галузей діяльності (політологи й політики, юристи, психологи, соціологи, історики, громадські діячі, військові експерти, письменники, волонтери).

Блоги на сайтах інтернет-видань мають свої переваги, однаково виграшні як для самого ресурсу, так і для блогерів. Кожне із цих видань вже має більш-менш стійку читацьку аудиторію, яка є масовою. Відтак, автор блогу може розраховувати на те, що його публікації потенційно спроможні привернути увагу великої кількості людей та навіть отримати значний суспільний резонанс. У свою чергу, інтернет-видання також зацікавлене у тому, щоб залучати до діяльності на своїй платформі вже відомих лідерів думок – у такий спосіб збільшиться аудиторія і самого видання.

Факт розташування блогу на сайті ЗМІ збільшує довіру аудиторії, адже сприймається як верифіковане джерело інформації. Разом із тим, блоги сьогодні вважають альтернативним по відношенню до традиційних медіа каналом масової комунікації, і рівень довіри до блогерів часто стає більшим, ніж до професійних журналістів, яких пересічні читачі підозрюють у заангажованості та упередженості. Кожне ЗМІ, залежно від форми власності та редакційної політики, запроваджує свою інформаційну стратегію, спільну для усіх штатних журналістів, а формуванням контенту блогу займається виключно його автор, який на власний розсуд обирає теми, жанри і формат публікацій. Відповідно, пости незалежних від зовнішніх впливів блогерів іноді набирають більше переглядів, ніж матеріали журналістів на тому ж сайті.

Звичайно, важко окреслити завдання та цілі усіх авторів, які ведуть блоги на сайтах інтернет-видань. В умовах інформаційної війни ці ресурси можуть використовувати з метою пропаганди та агітації, поширення фейків та флейму, провокування «словесної війни» тощо. Тому вкрай важливою стратегією функціонування ресурсу є чітка політика його модерації, зокрема встановлення уніфікованих правил публікації і для журналістів, і для блогерів, і для читачів. Модератор насамперед має стежити за тим, щоб автори не порушували діючого законодавства України. Утім, не менш важливим є дотримання морально-етичних норм інтернет-комунікації та журналістики. Обов’язковою вимогою має бути й ідентифікація особистості автора блогу – лише у цьому випадку ресурс може вважатися верифікованим.

Якщо автор ставить за мету поширення суспільно важливої інформації, повідомлення актуальних новин, аналізування й коментування резонансних фактів і подій, то функції його блогу корелюються із функціями традиційних ЗМІ. Домінантними при цьому стають інформаційна та комунікаційна функції. Їхня реалізація має у блогах свою специфіку. За

рівнем оперативності повідомлення новин блоги дорівнюють інтернет-ресурсам і значно випереджають традиційні ЗМІ. Проте за рівнем охоплення аудиторії вони можуть поступатися телебаченню. Хоча останнім часом аудиторія телеканалів значно зменшилась за рахунок її відтоку до інтернет-простору, вона дотепер перевищує середні показники блогосфери (якщо не брати до уваги блогерів-«мільйонників», яких насправді небагато).

Спільною вимогою і для блогів, і для традиційних ЗМІ є періодичність оновлення інформації. Якщо нові пости з'являтимуться нерегулярно, час від часу, то у читачів буде небагато шансів їх помітити, а місце блогу у загальному рейтингу на сайті переміститься на останні позиції.

Реалізація комунікативної функції у блогах також відрізняється від традиційних ЗМІ. Однією з головних ознак блогів, навіть коли вони ще використовувались у якості персональних електронних щоденників, була інтерактивність, відкритість до діалогу, до багатобічної комунікації. У блогах на сайтах інтернет-видань рівень інтерактивності є ще більшим. Такі публікації адресовані не вузькому колу знайомих, а масовій аудиторії, зворотний зв'язок з якою підтримується завдяки численним інтерактивним засобам: коментарям, «лайкам», репостам, опитуванням, голосуванням тощо.

Контент блогу вирізняється максимальним рівнем суб'єктивності, домінантну роль у ньому відіграє авторська позиція. Від постаті автора залежить вектор функціонування ресурсу. У блогах істориків, соціологів, філологів та інших фахівців на перший план часто висуваються просвітницька, пізнавальна та культурно-виховна функції. У блогах митців різних галузей (письменників, фотографів, дизайнерів та ін.) істотну роль відіграє естетична функція. Це значно збагачує контент інтернет-видання, адже ці функції часто залишаються для журналістів, на жаль, другорядними. Розширення контексту відбувається і за рахунок обраних такими авторами вузькоспеціалізованих тем, на яких вони знаються набагато краще, ніж журналісти.

Якщо інтернет-видання у переважній більшості висвітлюють широке коло тем і можуть вважатися універсальними за тематикою, то блоги, як правило, усі вузькоспеціалізовані, що обумовлено фаховими компетенціями автора. Іноді вузький тематичний профіль усього інтернет-видання визначає і тематику публікацій у блогах. Так, наприклад, вебресурс «Ракурс», який позиціонує себе як «суспільно-правовий портал», у рубриці «Блоги» пропонує такі підрозділи: «Право», «Закон», «Суд», «Громада». Серед авторів – виключно юристи: адвокати, кандидати й доктори юридичних наук, правозахисники. Тут наявні лише блоги експертів, які можуть надати читачам корисні поради у межах своєї фахової галузі.

Вебресурс «Телекритика», яке позиціонує себе як «нішеве інтернет-видання про українську медіагалузь, орієнтоване переважно на професійне середовище», у рубриці «Блоги» містить такі ж вузькоспеціалізовані публікації: огляди ЗМІ та діджитал-технологій.

Якщо користувачі мають змогу вести блоги на сайті інтернет-видання вже тривалий час і кількість публікацій стає значною, ця рубрика може розподілятись на тематичні підрубрики, що полегшує пошук та навігацію сайтом. Так, наприклад, в інтернет-виданні «Українська правда» рубрика «Блоги» має такі підрозділи: «Політика», «Економіка», «Суспільство», «Культура», «Спорт», «Шоу-бізнес». Наразі тут зареєстровано 452 блогери, а найбільш популярні автори представлені на головній сторінці рубрики. Серед них – радник Міністра внутрішніх справ України Антон Геращенко, адвокат Євгенія Закревська, філософ Сергій Дацюк, політичні експерти Костянтин Матвієнко та Олеся Яхно, державний діяч та політик Дмитро Разумков та ін. Як бачимо, за кількістю переглядів та коментарів блоги експертів значно випереджають блоги пересічних користувачів, адже ці автори вже стали лідерами думок у певній галузі та завоювали прихильність аудиторії.

На сайті інтернет-видання «Цензор.НЕТ» рубрика «Блоги» також поділяється на підрубрики за темами постів: «Війна в Україні», «Економіка», «За кордоном», «Культура»,

«Медицина», «Політика», «Релігія», «Суспільство», «Технології». Загальна кількість авторів – 1318. Їх можна «сортувати» за прізвищем, кількістю матеріалів та за популярністю. Тут також найбільшу кількість переглядів мають блоги експертів – військовослужбовців, журналістів, політиків, науковців, політологів, громадських активістів. Та сама тенденція спостерігається і на сайті видання «Gazeta.ua»: серед найбільш популярних авторів тут – політичні оглядачі, громадсько-політичні діячі та журналісти.

Кросмедійний ресурс «Obozrevatel» також розподіляє публікації у рубриці «Блоги» за темами: «Політика», «Суспільство», «Розслідування», «Світ», «Економіка», «Спорт», «Кияни», «Шоу», «Жіночий блог», «Авто», «Технології», «Подорожі». Щоправда, навігація рубрикою ускладнена тим, що усі пости розміщуються у зворотному хронологічному порядку, а тому знайти більш ранні публікації досить важко.

Як правило, рубрику «Блоги» має більшість інтернет-видань, а от сайти традиційних ЗМІ нечасто надають такі переваги. Наприклад, вебресурс Телевізійної служби новин «1+1» під назвою «ТСН» або сайт газети «День» зосереджені на виробництві виключно професійного журналістського контенту і не розміщують блоги на своїх вебсторінках. Натомість ті ЗМІ, які намагаються інтегруватися в інтернет-простір відповідно до одного з провідних інформаційних трендів сучасності – кросмедійності, використовують усі наявні платформи для розширення аудиторії, зокрема блоги. Так, медіахолдинг «НВ» наразі виробляє контент для щотижневого журналу «НВ» (раніше – «Новое время»), новинного сайту «NV.UA», загальнонаціонального «Радіо НВ» та англомовної версії сайту. При цьому на вебсторінці є «Блог НВ», де розміщують пости журналістів видання, а також розділи «Блоги» у тематичних рубриках «Техно» та «Life», де публікують пости експертів – психологів, громадських активістів, бізнес-тренерів, науковців та ін.

Блоги на сайтах інтернет-видань можуть бути самостійним ресурсом, а можуть використовуватись і в якості однієї з платформ кросмедіа. У такому випадку вони виконуватимуть не лише інформаційну та комунікаційну функції, а й функцію презентації та просування інших каналів комунікації.

Отже, на сьогодні більшість інтернет-видань засновують на своїх сайтах рубрику «Блоги», де можуть публікувати свої пости не лише журналісти, а й пересічні читачі та фахівці певних галузей. Найбільш популярними наразі стають так звані «експертні блоги», серед яких переважають матеріали політиків, військовослужбовців, політологів, військових експертів, правозахисників та громадських активістів. Це можна пояснити об'єктивним причинами – останнім часом головна тема, що стає пріоритетною в усіх медіа, – це війна в Україні, а тому більшість читачів шукають експертних думок та коментарів на цю тему.

Важливим критерієм ефективності функціонування блогів на сайтах інтернет-видань є чітка стратегія модерації постів: автори мають проходити процедуру верифікації, не використовувати блоги з метою пропаганди, а також дотримуватися діючого законодавства України та морально-етичних норм інтернет-комунікації. Від цього залежить рівень довіри читачів як до блогів, так і до самого інтернет-видання.

Домінантними функціями блогів на сайтах інтернет-видань стають ті, що корелюються із функціями традиційних ЗМІ, зокрема інформаційна, комунікативна, соціальної організації та функція форуму. Це свідчить про розвиток тенденції використання блогів у якості засобу масової інформації та комунікації. Часто блоги засновують як одну з кросмедійних платформ (разом із традиційними ЗМІ, соціальними мережами та месенджерами), що відповідає провідним інформаційним трендам сучасності. Їх взаємодія може стати перспективою подальших наукових досліджень.

Тонкіх І.Ю.,
кандидат філологічних наук, доцент
доцент кафедри журналістики
Національного університету «Запорізька політехніка»
Україна, м. Запоріжжя

СПЕЦИФІКА АДАПТАЦІЇ ЖУРНАЛІСТСЬКОГО КОНТЕНТУ ДЛЯ РІЗНИХ КРОСМЕДІЙНИХ ПЛАТФОРМ

Сьогодні відбувається глобальна трансформація системи ЗМІ: моноплатформні медіа поступово втрачають популярність і поступаються місцем мультиплатформним. Цей процес обумовлений необхідністю охопити якомога більше аудиторії, яка останнім часом віддає перевагу не традиційним ЗМІ, а соціальним мережам, месенджерам та блогам, що наразі активно використовуються з метою поширення суспільно важливої масової інформації. Відтак, журналісти опановують нові платформи професійної діяльності, а традиційні ЗМІ перетворюються на кросмедіа. При цьому для кожного з каналів, з огляду на технологічні особливості та концептуальні принципи функціонування, необхідно виробити специфічні підходи до формування контенту, чим і обумовлюється актуальність обраної теми.

Мета дослідження – визначити особливості адаптації журналістського контенту для різних платформ кросмедіа.

Проблеми функціонування кросмедіа останнім часом стають одним із пріоритетних напрямків журналістикознавчих досліджень. Контенту, технологіям та перспективам розвитку кросмедіа присвячені роботи О. Грозної, А. Зелінської, Р. Пазюка, Т. Полковенка, В. Рябічева, В. Садівничого, О. Ситника, Л. Федорчук, В. Шевченко та ін. Проте правила підготовки контенту для різних кросмедійних платформ дотепер перебувають на етапі свого становлення та потребують більшої уваги науковців та журналістів-практиків.

Одним із інформаційних трендів сучасності стало використання соціальних мереж, блогів та месенджерів з метою забезпечення масової комунікації та повідомлення суспільно значущих новин. Окрім особистих сторінок, заснованих пересічними користувачами, на цих ресурсах сьогодні функціонує велика кількість публічних каналів (як персональних, так і корпоративних), заснованих журналістами з метою здійснення професійної діяльності. Таку стратегію використовують, наприклад, конвергентні редакції «Радіо Свобода», «Громадське», «Обозреватель», «Еспресо», «Українська правда», «Цензор.НЕТ», «ТСН новини», «Суспільне», «УНІАН», «Інтерфакс-Україна», журналісти Яніна Соколова, Віталій Портніков, Остап Яриш, Слава Дьомін, Дмитро Комаров, Наталія Мосейчук, Аліна Доротюк, Юрій Бутусов та багато інших.

Якщо раніше обрана спеціалізація передбачала роботу журналіста на моноплатформному ресурсі (преса, радіо, телебачення) та вимагала опанування вузького кола навичок, сьогодні у зв'язку із розвитком інтернет-мережі та інформаційно-комунікаційних технологій існує потреба підготовки універсальних журналістів, здатних формувати мультимедійний контент для конвергентних ресурсів. При цьому поширення абсолютно ідентичної інформації різними каналами не можна вважати ані доцільним, ані можливим з точки зору технологічних особливостей кожної з кросмедійних платформ. Тому на сьогодні постає потреба окреслити ті вимоги до формування контенту, що продиктовані специфікою кожного з каналів масової комунікації.

Однією з найбільш популярних кросмедійних платформ наразі можна вважати месенджери, адже останнім часом значна частина користувачів інтернет-мережі дізнається новини саме звідти. Месенджери «Вайбер» та «Телеграм», які від початку свого існування були призначені виключно задля міжособистісної персональної комунікації, згодом надали

користувачам можливість засновувати публічні канали, адресовані масовій аудиторії. При цьому формат контенту не зазнав значних змін: усі публікації у вайбері й телеграмі дотепер зовні виглядають майже так само, як звичайні особисті повідомлення. Разом із тим, помітно збільшилася частка візуального контенту – новини, як правило, супроводжуються фотографіями, короткими відеороликами або GIF-анімацією.

Формат особистого повідомлення не передбачає наявності великих обсягів вербального контенту, відтак основними жанрами журналістських публікацій у месенджерах стають лаконічні новини-хроніки та стислі фактологічні замітки. Якщо на офіційному сайті інтернет-видання можна опублікувати розширену замітку, репортаж або кореспонденцію, то публічні канали цих ЗМІ у месенджерах обмежуються поширенням новин або лише заголовків та гіперпосилань на повний текст публікацій на сайті. Те саме стосується й візуального контенту. Наприклад, відеосюжет тривалістю від 5 хвилин до кількох годин можна розмістити на сайті інтернет-видання або на платформі відеохостингу «Ютуб», у той час як у месенджерах доцільно публікувати лише короткі відеоролики-анонси або найбільш цікаві уривки з інтерв'ю або репортажів.

Одна з найбільш суттєвих переваг месенджерів – це їхня оперативність. Публічні канали поширюють новини швидше за традиційні та навіть мережеві ЗМІ. Адже навіть якщо новини на цих ресурсах публікують одночасно, користувачі напевно побачать їх раніше саме у месенджерах, оскільки усі нові матеріали публічних каналів, так само, як і в особистих повідомленнях, супроводжуються звуковим та візуальним сигналом. Відповідно, найбільшу кількість новин серед усіх кросмедійних платформ, як правило, містять саме месенджери. Це ще одна причина, яка обумовлює лаконічність формату: часу на підготовку та перевірку більших за обсягом матеріалів не вистачає, головною вимогою тут стає оперативність.

Обмін виключно короткими повідомленнями був концептуальною особливістю формату й мережі мікроблогів «Твіттер» із самого початку її заснування у 2006 р. Обсяги твітів раніше обмежувалися довжиною до 140 символів. Сьогодні можлива кількість знаків зросла до 280 символів, проте це все одно не дає змоги використовувати будь-які інші жанри, окрім новин. Такий формат споріднює цю соціальну мережу із месенджерами: короткі повідомлення зручно й просто публікувати з будь-яких пристроїв, насамперед смартфонів, що дозволяє журналістам залишатися мобільними та швидко поширювати новини навіть у режимі реального часу.

Через обмеження за обсягом публікацій журналісти часто використовують твіттер так само, як і месенджери, з метою розповсюдження виключно заголовків матеріалів з інших ресурсів та гіперпосилань на повнотекстову версію на вебсторінках. Із месенджерами мережу мікроблогів «Твіттер» споріднює і наявний набір мультимедійних форматів: невелика кількість фотографій (як правило, або одна світлина, або фотоколаж), короткі відеоролики, аудіофайли та GIF-анімація. Спільною особливістю і месенджерів, і соціальних мереж є можливість обмінюватися приватними повідомленнями. Платформа «Твіттер» також має таку опцію.

Задля того, щоб зберегти ілюзію міжособистісного неформального спілкування, у публічних каналах месенджерів та соціальних мереж часто використовується стиль, максимально наближений до розмовного, із наявністю ненормативної лексики та надмірним захопленням емотиконами. Через це часто страждає якість журналістського контенту. Формат особистих повідомлень не має змушувати журналістів відмовлятись від дотримання професійних стандартів і морально-етичних норм та нехтувати мовною культурою.

Важливим аспектом функціонування офіційних журналістських каналів у месенджерах та соціальних мережах є верифікація акаунтів та підтвердження статусу ЗМІ. Через те, що засновники каналів самостійно обирають розділ публікацій (наприклад, «Новини і ЗМІ» у телеграмі) та не завжди надають відповідні документи, що засвідчують авторство,

ідентифікувати справжніх власників та їхні цілі доволі важко. Тому читачів часто вводять в оману ті, хто використовує чужі інформаційні бренди та від імені відомих ЗМІ або журналістів поширює дезінформацію та пропагандистські матеріали. У воєнний час таких випадків побільшало, адже публічні канали месенджерів та пабліки у соціальних мережах активно використовують як інструменти інформаційної війни. Через це вкрай важливо, щоб журналістські ресурси проходили процедуру верифікації акаунту й легко ідентифікувались за допомогою логотипів, офіційних назв та фірмових кольорів.

Ще однією платформою кросмедіа можна вважати блогосферу – як спеціальні блогхостинги, так і блоги на сайтах ЗМІ. Найбільш популярним на сьогодні відеохостингом є платформа «Ютуб». Велика кількість українських ЗМІ та журналістів вже давно усвідомила переваги цього ресурсу, і сьогодні на ютубі наявні десятки персональних та корпоративних каналів. Головною концептуальною особливістю цієї платформи є домінування динамічного візуального контенту, тобто пріоритет відеоформату. При цьому тривалість відеосюжетів не обмежується ані технологічно, ані функціонально. На своїх каналах власники акаунтів можуть вести одночасно декілька рубрик, що дає змогу забезпечити тематичну й жанрову різноманітність.

Як правило, журналісти поширюють на ютубі контент усіх жанрових груп: тут можна знайти й випуски новин, і вебогляди, і розлогі інтерв'ю, і лаконічні коментарі, і розслідування, і відеорепортажі тощо. Єдине, у чому обмежені прихильники відеохостингу, – це письмовий вербальний контент. Тому журналісти використовують ютуб-канали або у якості пріоритетного моноплатформного медіа (знімають авторські програми та розміщують їх виключно на цьому ресурсі), або як одну із кросмедійних платформ (публікують вербальний контент на інших каналах, а на ютубі презентують додатковий візуальний контент).

Візуальний контент є домінуючим і у популярній соціальній мережі «Інстаграм», проте тут переважають статичні зображення – фотографії, та короткі відеоролики – сторіз. Від початку заснування цієї мережі світлини були головним засобом комунікації на сайті ресурсу, ця тенденція зберігається й дотепер. Відповідно, інформаційна функція тут часто поступається місцем презентаційній, розважальній, іміджевій та естетичній. Журналісти можуть використовувати інстаграм-сторінки як задля моделювання особистого або професійного іміджу та стилю, презентації та просування інших кросмедійних ресурсів, так і для повідомлення новин та публікації фоторепортажів.

Більші можливості для застосування вербального контенту надає соціальна мережа «Фейсбук», що обумовлено і технологічними, і концептуальними особливостями цього ресурсу, який перетворився на потужний канал масової комунікації. До того ж аудиторія фейсбуку більш доросла, ніж переважна більшість користувачів інстаграму, її інформаційні запити не обмежуються інформаційно-розважальним контентом. Журналісти можуть використовувати цю соціальну мережу для публікації аналітичних матеріалів та розв'язання дискусій, хоча функції моделювання іміджу та презентації й просування інших кросмедійних ресурсів тут також зберігаються.

Слід зауважити, що поширення ідентичного контенту у кросмедіа насамперед стосується змісту, а не форми. Тематика публікацій може бути незмінною на всіх кросмедійних платформах, скрізь можуть використовуватись такі жанри як новини, замітки, репортажі та інтерв'ю. Проте більші за обсягом, широтою охоплення емпіричного матеріалу та глибиною осмислення жанри (такі, наприклад, як аналітичні статті) та формати (такі як лонгріди) залишаються прерогативою насамперед інтернет-видань. У соціальних мережах та месенджерах більшою популярністю користуються інформаційні та інформаційно-розважальні матеріали, у той час як аналітичні жанри та публіцистика мають більше можливостей та засобів втілення на вебсайтах мережевих ЗМІ або у традиційних моноплатформних медіа.

Кожна з кросмедійних платформ має свою специфіку і потребує особливого підходу до формування контенту. На всіх каналах можна розповсюджувати мультимедійні матеріали, проте співвідношення вербальних та візуальних форматів суттєво різниться. Відповідно, публікувати абсолютно ідентичну інформацію без змін на всіх ресурсах неможливо – потрібно її видозмінювати та адаптувати під вимоги кожної з платформ. При цьому усі вони перебувають у відносинах взаємодоповнення.

Кросмедійні платформи мають і спільні переваги. Усі розглянуті ресурси споріднює високий рівень інтерактивності – набагато вищий за ті можливості двостороннього зв'язку з аудиторією, які надавали традиційні ЗМІ та навіть інтернет-видання. І соціальні мережі, і месенджери, і блоги від самого початку свого існування використовувались насамперед з метою приватного міжособистісного спілкування. Комунікативна функція залишається тут пріоритетною і після того, як ці ресурси стали кросмедійними платформами, оскільки увесь функціонал налаштований під канали масової комунікації. Тому журналісти отримують зворотну реакцію на свої публікації набагато швидше, ніж у традиційних ЗМІ.

Відповідно, формування контенту може визначатись не лише редакційними завданнями, а й читацькою рефлексією та суспільним резонансом: за кількістю вподобань та коментарів можна визначити ступінь актуальності теми. До того ж, користувачі часто самі беруть участь у формуванні контенту месенджерів, журналістських блогів та соціальних мереж – вони мають змогу надсилати та публікувати власні матеріали, насамперед фото- й відеопідтвердження тих подій, свідками яких вони стали.

Базовою платформою кросмедіа на сьогодні залишаються сайти інтернет-ЗМІ, адже вони не мають жодних обмежень у формуванні вербального й візуального контенту та обсягах розміщеної інформації. Проте популярність інтернет-видань останнім часом значно зменшилась у порівнянні з соціальними мережами та месенджерами, якими більшість аудиторії користується щоденно.

Отже, найбільш перспективною стратегією розповсюдження масової інформації на сьогодні можна вважати використання кросмедіа, тобто одночасне поширення контенту декількома каналами комунікації. При цьому цей контент може бути ідентичним лише за змістом, а форми його втілення визначаються технологічними можливостями й форматом кожного з ресурсів. Це стосується і обраних жанрів публікацій, і застосування різних видів мультимедіа, і співвідношення вербального та візуального контенту. За наявними можливостями розміщення будь-яких обсягів та форматів інформації домінантною платформою наразі залишаються вебсайти інтернет-медіа, проте за популярністю вони останнім часом значно поступаються месенджерам та соціальним мережам, насамперед в оперативному повідомленні новин.

Перспективою подальших наукових досліджень може стати розроблення деталізованих алгоритмів формування контенту для кожної з кросмедійних платформ та формулювання порад на допомогу журналістам конвергентних редакцій.

Хубулова Д.І.,
магістрантка спеціальності «Журналістика»
Національного університету «Запорізька політехніка»;
Волинець Г.М.,
кандидат філологічних наук, доцент кафедри журналістики
Національного університету «Запорізька політехніка»
Україна, м. Запоріжжя

ПОРУШЕННЯ ГЕНДЕРНОЇ РІВНОСТІ У ТЕЛЕВІЗІЙНИХ ПРОЄКТАХ «СУПЕРБАБУСЯ» ТА «СУПЕРМАМА»

Сьогодні гендерні стереотипи займають значне місце у кожному з інститутів і різних сфер людської діяльності. Також не виняток засоби масової комунікації, здатні впливати на масову свідомість і поведінку особистості у суспільстві. Роль стереотипів у процесах спілкування надзвичайно важлива: вони закріплюють інформацію про явища, факти, процеси, людей тощо; дозволяють людям обмінюватися інформацією, розуміти один одного, брати участь у спільній діяльності, виробляти спільні погляди, однакову ціннісну орієнтацію, єдиний світогляд. Українські дослідники (В. Агєєва, О. Сидоренко, В. Слінчук, А. Костовська, Н. Авер'янова та інші) ґрунтовно вивчали гендерну проблематику у ЗМК. Утім, значна частина масштабних досліджень про роль гендеру у мас-медіа мають іноземне походження, зокрема, більшість з наявних досліджень проводилась у США та Західній Європі. В Україні моніторинги проводили такі організації, як «Академія української преси» та «Інститут масової інформації».

Засоби масової інформації віддзеркалюють стереотипи й прояви нерівності, наявні в суспільстві. В українському медіапросторі гендерні стереотипи не тільки не завжди засуджуються, а іноді вони ще стають інструментом для популяризації контенту.

Розглянемо реаліті-шоу як спосіб трансляції дискримінаційних практик на прикладі передачі «Супермама» (всеукраїнський телеканал СТБ). У вересні 2021 року СТБ посів третє місце в рейтингу телеканалів, а "Супермама" увійшла до 10 кращих програм каналу. Вийшло 4 сезони програми, кожен з яких мав 40–56 серій. Телеканал СТБ визначає проєкт «Супермама» як «психологічне реаліті, в якому мами з кардинально різними поглядами на виховання дітей змагаються за звання найкращої» [1]. Передача спрямована на розвінчування міфів про виховання дітей та роз'яснення помилок батьків (переважно матерів), тобто виконує виховну функцію. Але водночас це розважальний контент, який часто переважує освітні елементи. Шоу дає можливість глядачам зануритися в життя інших, порівняти їхнє життя із життям героїнь, бути впевненим у своїй правоті й перевазі тощо. «Супермаму» можна віднести до різновиду шпигунського шоу з побутовими ситуаціями, реальними історіями з життя та зрозумілими героями – з тим, що близьке і зрозуміле широким масам. Але в погоні за рейтингами і рекламним часом, творці шоу часто переходять морально допустимі межі, шокуючи глядачів скандалами, бійками, образами героїв, водночас ніби кажучи, що на екранах такі самі люди, вони навіть оперують такими самими стереотипами.

Сценаристи українських реаліті-шоу зазначають, що учасниці шоу мають відповідати певним типажам, цікавим аудиторії. Вони мають бути протилежними, щоб між ними виник конфлікт, який, власне, і є основним розважальним елементом шоу. Отже, для «Супермами» сценаристи вибрали наступні 4 головних види:

1) «матуся-квочка», яка живе за розкладом, чітко стежить за розвитком дитини, часто домогосподарка (відповідно, залежить від доходу чоловіка), ретельно прибирає і готує;

2) «мама-красуня», яка під час материнства не забуває приділяти час собі, своїй кар'єрі та хобі, такі мами часто наймають нянь і помічниць, за що піддаються осуду, більш спокійні у вихованні дитини, хоча досить добре розбираються в правилах;

3) «мама-дивачка», чиї захоплення виходять на перший план в оповіданнях (це можуть бути релігійні переконання, нестандартні професії, незвичайна зовнішність тощо), не завжди знають основні правила виховання, добирають виховні методи, пов'язані більше з власними переконаннями, ніж з фактами, встановленими наукою;

4) «мама-анархія», яка зневажливо ставиться до правил, порушуючи більшість із них, часто такі матері найменш охайні, живуть у скрутному матеріальному становищі та в незадовільних житлових умовах, як правило, отримують найбільше негативу.

Чотири протилежні світи утворюють конфлікт, у якому стає неможливим примирення, а глядач може вільно обирати фаворита відповідно до власного світогляду. Варто зазначити, що саме «красуні мами» найчастіше приходять на проєкт з метою просування власного бренду: здебільшого вони працюють співачками, діджеями, блогерками і т.д. Інші категорії переважно виглядають як такі, що приходять на проєкт за власне змаганням (інформація про фінансову оплату участі не розголошується).

Шоу пропагує традиційні (патріархальні) цінності: учасниці оцінюють хазяйновитість, самореалізацію та виховання дітей. І хоча номінально учасниці оцінюють освіту, кар'єру та хобі одна одної, ці параметри часто нівелюються елементами скандальності та показані як менш важливі, ніж категорії, пов'язані з хатніми справами та сім'єю, яким і приділяється особлива увага. Кожна з цих категорій розкривається у стереотипних опозиціях: протиставляється висока професійна зайнятість домогосподарки 24/7, "сіра мишка" – "занадто" для доглянутої жінки, вибір дітей замість хобі – егоїзм. Список можна продовжувати нескінченно, адже єдиного стандарту немає, і кожна з героїнь представляє один стереотипний напрямок життя. Власне, таким чином шоу захоплює різну аудиторію. Крім того, домашня «приватна» атмосфера, «мінуси» у веденні господарства та вихованні дітей, відкриття особистих таємниць, які часто збігаються з приватним життям глядачів, створює відчуття причетності, спорідненості з героїнями.

Окремо потрібно відзначити мізогінічний характер шоу. Зважаючи на те, що всі учасниці – жінки й за правилами шоу вони мають давати коментарі щодо інших жінок, випуски перетворюються у вилив ненависті та неприйняття героїнями одна одної. Неодноразово чуємо негатив щодо залежності жінки від чоловіка: «Який дохід у тебе був? – 10 тисяч. – Нормальна зарплата для жінки, якби у неї був ще мужик, який їй би ще трішечки підкидав» (4 серія, 4 сезон, 26:18-26:30); жіночого призначення: «Дружина не має заробляти. Для цього потрібний чоловік. Навіщо він тоді взагалі існує у нашому житті? А дружина має займатися безпосередньо господарством» (1 сезон, 23 серія, 3:13-3:22); «ненормативного» зовнішнього вигляду: «Вона була огидна, страшенно одягнена. Домашні розтягнуті непопрасовані бриджі з плямами, немите волосся. Я в шоці була, як можна настільки себе не любити» (2 сезон, 31 серія, 4:30-4:47). Матеріали такого характеру також впливають на жінок і дівчаток-глядачок, нав'язуючи стереотипи та упередження.

Шоу «Супербабуся» схожий із проєктом «Супермама»: герої – нові, концепція та сама. Аналізуючи епізоди «Супербабусі», помітили: найчастіше акцент зроблений на тому, що бабуся бере на себе всі сімейні обов'язки: і виховання дітей, і утримання господарства, і навіть контролю за родиною своїх дітей. У форматі шоу – присутні ті самі 4 типажі: «бабуся-квочка», «бабуся-няня», «бабуся – берегиня домашнього вогнища», «бабуся – на одній хвилі з онуками». Але з'являються й нові: «бабуся бізнес-вумен», «бабуся-фотомодель», «бабуся-гімнастка», «бабуся-стиліст», «бабуся-зірка ТікТоку», «бабуся-дизайнер». Була навіть бабуся, яка розбирається у купівлі та продажу «Біткоїн», дуже сучасно та актуально. В основі сценарію – теза про те, що вік дорівнює життєвому досвіду. Проте, деякі бабусі викликають захоплення, багато з них у 60 років виглядають на 30, стежать за модою та сучасними тенденціями, багато досягли за своє життя та не зупиняються на цьому. Такі сильні жінки дійсно викликають повагу та навіть мотивують.

У передачі порушено дуже багато важливих актуальних тем: аб'юз, насильство, зради, виховання дітей із застосуванням сили, природні пологи, залежності, вегетаріанство, невиліковні хвороби та багато іншого. На жаль, протягом усього сезону трапляються такі бабусі, які досі мислять фразою: «Б'є – значить кохає» та «Жінка має терпіти». Вони самі живуть таким життям, вчать цьому своїх дочок, а дочки вчать своїх дітей... це коло не розімкнеться ніколи.

У програмі розкривається питання самопожертви та самореалізації. Головний акцент і суть програми полягає в тому, щоб показати, що бабуся – це окрема особистість, яка може мати свої захоплення та особисте життя незалежно від дітей та онуків. Також суть у тому, що з настанням пенсії життя не закінчується!

Одна з героїнь у «Супермамі» виховує доньку та сина по-різному, вважаючи, що до дівчаток варто ставитися з більшою ніжністю. Тоді як хлопчикам нема чого рости тюхтіями, хай страждають з дитинства. Ще один момент. Обидва шоу переконують аудиторію, що саме жінки – головні у вихованні дітей. Ані татусів, ані дідусів автори не розглядають як повноцінних учасників цього процесу. Але у цьому шоу є характерні позитивні відмінності: цілком адекватні поради з виховання дітей та руйнування багатьох стереотипів, часом доволі диких. Постійне наголошення на тому, що бабуся не повинна лізти у виховання онуків занадто нав'язливо. Натомість будувати активне, цікаве життя, не приносити його у жертву та не вважати свій земний шлях давно пройденим.

Список використаних джерел

1. Супермама. Про проєкт. URL: https://www.stb.ua/supermama/ua/

Чабаненко М.В.,
кандидат наук із соціальних комунікацій, доцент,
доцент кафедри журналістики
Запорізького національного університету
Україна, м. Запоріжжя

ЖАНР ІНТЕРВ'Ю В ДОСЛІДЖЕННЯХ ТРАДИЦІЙНИХ І НОВИХ МЕДІА

Інтерв'ю у професії журналіста – це передусім метод збирання інформації. Як самостійний жанр його почали використовувати наприкінці XIX ст. у друкованій пресі США (у виданні «Pall Mall Gazette» [7, с. 97]). З тих пір він дістав безліч модифікацій і посів місце одного з найбільш уживаних форматів повідомлень як у традиційних, так і в нових медіа. Новачкам у журналістиці цей жанр може здатися не надто складним технічно, але досвідчені фахівці усвідомлюють, що робота над ним вимагає майстерності, яка повинна спиратися на солідний багаж професійних знань і вмінь. Як слушно вказує В. Лизанчук, «насправді, інтерв'ю – один із найважчих жанрів» [11, с. 281].

При цьому в теоретичному підґрунті підготовки інтерв'ю доводиться спостерігати деякі неузгодженості. Оскільки в сучасному інформаційному просторі інтерв'ю як жанр продовжує активно розвиватися, його внутрішня типологія окреслена не остаточно. Цей факт у 2013 р. констатував І. Михайлин у своєму словнику-довіднику «Журналістика». Автор підкреслював, що загалом у різних видах інтерв'ю наявні ознаки всіх трьох спрямувань класичної системи жанрів – інформаційного, аналітичного та художньо-публіцистичного: «Найбільше відповідає парадигмі інформаційних явищ інтерв'ю-повідомлення. Однак у жанровому різновиді інтерв'ю-міркуванні до інформаційних завдань додаються аналітичні, викладається не лише подія, а й роздуми особи з її приводу, тобто воно наближається до аналітичних жанрів. В інтерв'ю-портреті створюється психологічний образ людини, воно має елементи художньо-публіцистичного мислення» [7, с. 98]. Таким чином, І. Михайлин підводить до думки, що цьому жанру властиве різноманіття стилів.

Відомо, що в зарубіжних школах журналістики, жанри класифікують по-іншому. Наприклад, американці, зважаючи на тематику і формат, поділяють медіаповідомлення на чотири великі класи – загальні, прості, складні та спеціальні. Інтерв'ю, поруч із промовою та

звітом, за їхньою класифікацією, належить до загальних жанрів, які можуть стосуватися будь-яких тем і є найчастіше вживаними. Французька школа вирізняє дві основні групи жанрів – інформаційні (саме до них відносять інтерв'ю) та публіцистичні [3; 13; 2]. В німецькій теорії журналістики інтерв'ю, подане у «формалізованому вигляді питань та відповідей», виступає «додатковим типом зображувальних форм» [1, с. 53], що вважається прямою презентацією висловлювань про події чи людей на противагу опосередкованій (коли інтерв'ю використовують лише як елемент творів інших жанрів) і підлягає певним професійним правилам, «власній драматургії» [1, с. 64, 67].

Так чи інакше, в усьому світі «жанрова система журналістських текстів є динамічною, рухливою, гнучкою та множинною структурою» [3]. Для неї характерні постійні зміни через те, що вона віддзеркалює живий обіг інформаційних потоків – нестабільних за структурою, інтенсивністю, кількісними та якісними параметрами. Спроби науковців розглядати жанрову систему під новими кутами зору «демонструють стрімкі, кардинальні трансформації в сучасній теорії жанрів, що потребують осмислення та узагальнення», зазначає О. Голік [3]. Безумовно, дослідження сучасних проявів інтерв'ю можуть стати ключем до перегляду застарілих наукових уявлень про жанри взагалі.

«Інтерв'ю як жанр журналістики стає одним з найпопулярніших та найуживаніших, оскільки має відкритий характер», відзначає І. Горбова. Найбільшої популярності набувають такі різновиди цього жанру, як: аналітичне інтерв'ю, «потік свідомості», портретне інтерв'ю, бесіда. «Вони не лише несуть у собі інформацію про особу, подію, ситуацію, а й мають риси аналітичних, художньо-публіцистичних жанрів», вказує вона [4, с. 23-24].

Досліджуючи сучасне газетне інтерв'ю, І. Казімова називає як позитивну спільну для всіх медіа тенденцію до «зміцнення інформаційної основи ЗМІ та посилення діалогічності, в якій інтерв'ю відіграє провідну роль, ставши домінантним жанром на сторінках преси, в ефірі та інтернеті, на радіо та телебаченні»; водночас вона вважає, що журналісти в наші дні готують інтерв'ю здебільшого з порушеннями стандартів [9, с. 60]. Ясно, що ці два факти можуть бути взаємопов'язаними, оскільки зростання попиту на матеріали, виконані в жанрі інтерв'ю, може призводити до зростання частоти їх подачі. Логічно припустити, що в журналістів елементарно стає менше часу на їх нормальну підготовку, перш за все – у друкованих і онлайнових виданнях, де потрібно створити гарний текст, ретельно опрацювавши аудіозапис із диктофону, відредагувати мову.

«Інтерв'ю як журналістська дискурсивна практика характеризується своєрідною структурою, способом організації та соціальним функціонуванням і вибудовується відповідно до певних правил», наголошує М. Човганюк [15, с. 119]. Але в процесі роботи над ним щоразу фактично неможливо передбачити всі чинники, здатні вплинути на кінцевий продукт. Тому основне, на що доводиться орієнтуватися журналісту, – це вибір теми та його учасників. Апріорі допускаються елементи певної спонтанності та експромту, насамперед в усних формах – на радіо чи телебаченні, якщо йдеться про традиційні медіа. На радіо, у випадку прямого ефіру, інтерв'ю «народжується» безпосередньо під час розмови – технічний запис «перетворюється у творчий процес з кінцевим результатом» [11, с. 278]. Телевізійне інтерв'ю має ту особливість, що дає змогу довідатися не тільки про те, що і як сказала людина, а й побачити «миттєві душевні вагання, ледве вловимі рухи очей, легку усмішку тощо» [11, с. 280]. На переконання А. Гречишкіної, на зарубіжному телебаченні програми в цьому жанрі мають велике поширення саме через те, що «глядачам важливо отримувати інформацію "з перших рук", а також їм цікаво спостерігати за ходом думки у героїв програми тут і зараз» [5, с. 99].

Під час живого спілкування, коли все відразу потрапляє в ефір, наприклад, коли інтерв'ю проводиться у вигляді соціального ток-шоу, зростає значення встановлення емоційного контакту між журналістом і його співрозмовником. Як стверджує Л. Петрина, журналісту

варто налаштуватися на темпоритм мовлення респондента, розмовляти тією самою мовою, демонструвати доброзичливість, розуміння, співчуття. «Найкраща тактика – це намагання поставити себе на місце героя, знайти пояснення його вчинкам та висловити щиру зацікавленість у його розповіді, а також бути готовим допомогти» [12, с. 88].

«Жива» комунікація, звичайно, не застрахована від «помилок, непорозумінь або ж неправильної інтерпретації», на це, зокрема, звертає увагу Х. Дяків, вивчаючи випадки мовних девіацій в інтерв'ю; ціла низка іноземних авторів пропонує відповідні «рятувальні техніки», зауважує вона [6, с. 107].

Щодо інтернету, новітнє комунікативне середовище з його акцентом на інтерактивному спілкуванні не лише становить благодатний ґрунт для жанру інтерв'ю, а й максимально сприяє експериментам із його застосуванням. Як стверджує І. Тонкіх, до жанрів, які в першу чергу використовуються в інтернет-журналістиці, належить інформаційне інтерв'ю; специфічним для вебу є його мультимедійний варіант [14, с. 56]. Також вона називає інший новий різновид жанру – «колективне інтерв'ю», коли редакція публікує обговорення заздалегідь заданих тем у чатах [14, с. 60]. За спостереженням І. Тонкіх, науковці одностайно відзначають як безумовно позитивну тенденцію сучасної журналістики до зміцнення інформаційної основи ЗМІ та посилення діалогічності; за таких обставин інтерв'ю відіграє вкрай важливу роль [14, с. 90].

Звертаючись до питання типології жанрів інтернет-журналістики, У. Лешко говорить, що майже всі вони «тісно пов'язані з традиційними жанрами друкованих медіа», але в інтернеті, завдяки гіпертекстуальності, мультимедійності та інтерактивності, набувають нових рис. Зокрема інтерв'ю може стати «більш різноманітним та оригінальним, якщо буде доповнене ознаками інтерактивності – онлайн-бесідою інтерв'юйованого з читачами» [10].

В останні роки заявила про себе журналістика так званих мета-ЗМІ – медіа, що працюють винятково на платформі соціальних мереж і месенджерів. Це майже непочатий напрям досліджень. Оскільки в таких ЗМІ превалюють короткі інформаційні повідомлення, матеріали інтерв'ю в них потрапляють здебільшого з інтернету, набуваючи вигляду невеликого списку головних положень із відповідей інтерв'юйованого. Власне подібне давно практикують інтернет-видання, однак досі це було не надто помітно і тільки в месенджерах такий формат вийшов на передній план.

Із появою нових медіа не лише академічна навчальна література, а й наукові розвідки можуть відставати у висвітленні явищ журналістської практики. Зате журналістикознавчі інтернет-ресурси рясніють свіжими порадами від співробітників масмедіа, які діляться досвідом із молодшими колегами. Іноді ці поради містять твердження, які вочевидь суперечать класичним вимогам, але їх не так легко відкинути. Скажімо, в матеріалах майстер-класу Анни Гін, що проводився у Школі журналістики УКУ в межах проєкту «Школа мультимедійного інтерв'ю», читаємо таке: «ніколи не слухайте вражень інших людей про вашого героя», «до інтерв'ю ви не зобов'язані нічого знати про свого героя», «не складайте списку запитань взагалі» [8].

В цілому ми дійшли таких висновків. Щодо базових теоретичних засад, сформульованих у навчальній літературі, навіть у межах загальноприйнятої системи жанрів, знання про інтерв'ю різні автори підносять по-різному: одні цей жанр подають лише як інформаційний, інші – інформаційний або аналітичний; далеко не всі визнають існування художньо-публіцистичного різновиду, а якщо і визнають, то не пропонують достатнього опису. Також бракує рекомендацій стосовно стилю й орієнтовних композиційних рішень, які слід обирати залежно від типу інформаційного приводу та задуму майбутнього журналістського твору. Напевно, частково виправити цей недолік допомогло б застосовування міждисциплінарних підходів, зокрема звернення до набутків у галузі лінгвістики. (Як об'єкт філологічних досліджень інтерв'ю вивчали вже згадана Х. Дяків, а також Т. Кітаєва, О. Саламатіна,

М. Штельмах, які досить глибоко розглядали структурні, композиційні, прагматичні та інші особливості цього жанру).

Через те, що, з одного боку, погляду на інтерв'ю, навіть через призму класичної теорії жанрів, бракує чіткості, а з іншого – наростає масив мало вивчених феноменів, обумовлених новітніми практиками, які науковці не встигають висвітлювати, журналісти дедалі дужче схильні ставитися до інтерв'ю як до індивідуальної творчості, покладатися радше на інтуїцію, талант, везіння, певні особисті уявлення, аніж на отримані в закладах освіти конкретні знання та навички. У найновіших формах журналістської діяльності відбувається стихійна примітивізація інформування, спричинена необхідністю високої оперативності, прагненням полегшувати сприйняття повідомлень з метою економії уваги аудиторії, впливом аматорської журналістики (блогерів), посиленням комунікативного складника та іншими чинниками. І на цьому тлі популярність інтерв'ю зростає. Відповідно, на наш погляд, сьогодні гостро постає питання необхідності масштабного комплексного дослідження функціонування і розвитку цього жанру.

Список використаних джерел

1. Вайшенберг З. Новинна журналістика : навч. посіб. / за загал. ред. В. Ф. Іванова. Київ : Академія Української Преси, 2004. 262 с.
2. Гід журналіста : зб. навч. матеріалів / упоряд. А. Лазарєва ; Центр підготовки й вдосконалення журналістів (Париж) ; Інститут масової інформації (Київ). Київ, 1999. 96 с.
3. Голік О. Жанрова система друкованих ЗМІ: новітні підходи до класифікації та перспективи розвитку. Електронна бібліотека Інституту журналістики. URL: https://bit.ly/3i7pWIw (дата звернення: 03.09.22 р.).
4. Горбова І. Жанрові модифікації інтерв'ю в сучасній журналістиці. *Вітражі :* збірник матеріалів викладацько-студентських наукових семінарів. Випуск 5. Житомир : Вид-во ЖДУ ім. І. Франка, 2014. С. 21–24.
5. Гречишкіна А. Жанр інтерв'ю на телебаченні: практика США та Західної Європи. *Молодий вчений*. №. 11 (75). 2019. С. 96–100.
6. Дяків Х. Інтерв'ю як об'єкт філологічних досліджень в Україні: перспективи в аспекті девіатології. *Іноземна філологія.* Львів : Львів. нац. ун-т ім. І. Франка, 2016. С. 104–110.
7. Журналістика : словник-довідник / авт.-уклад. І. Л. Михайлин. Київ : Академвидав, 2013. 320 с.
8. Іванців А. Правила інтерв'ю: «Завдання журналіста – розповісти історію героя простою мовою». MediaLab. URL : https://bit.ly/2ltdoBa (дата звернення: 02.09.22 р.).
9. Казімова Ю. До поняття формату жанру інтерв'ю у журналістиці. *Вісник Національного університету «Львівська політехніка».* Серія : Журналістські науки. 2018. № 896. С. 59–62.
10. Лешко У. Типологія жанрів інтернет-журналістики: теоретичні аспекти. URL: https://bit.ly/3KSPAyt (дата звернення: 02.09.22 р.).
11. Лизанчук В. Основи радіожурналістики : підручник. Київ : Знання, 2006. 628 с.
12. Петрина Л. Методика проведення інтерв'ю у форматі соціального ток-шоу на прикладі програми «Говорить Україна». *Інтегровані комунікації* : наук. журн. Інституту журналістики Київського університету імені Бориса Грінченка. 2017. С. 84–88.
13. Рой М. Соціальне орієнтування преси та її жанри. *Українська журналістика-98* : зб. наук. пр. Київ : Центр вільної преси, 1998. С. 102–103.
14. Тонкіх І. Інтернет-журналістика. Жанри в інтернеті : навч. посіб. Запоріжжя : ЗНТУ, 2017. 130 с.

15. Човганюк М. Інтерв'ю в сучасному медіа-просторі: жанрова парадигма і дискурсивні ознаки. *Наукові записки Національного університету «Острозька академія».* Серія «Філологічна». Вип. 51. 2015. С. 116–119.

Чернявська Л.В.,
доктор наук з соціальних комунікацій, доцент,
завідувач кафедри журналістики
Запорізького національного університету;
Савчук Т.Г.,
кандидат історичних наук, доцент,
доцент кафедри історії України
Запорізького національного університету
Україна, м. Запоріжжя

ІСТОРИЧНІ ФОНДИ МУЗЕЮ ГОЛОКОСТУ ЯК ДЖЕРЕЛО ЖУРНАЛІСТСЬКИХ МАТЕРІАЛІВ

Інтерес масмедіа до історії зумовлений потребою усвідомлення суспільством свого історичного досвіду. Масмедіа стають ретранслятором історичних фактів, нагадують про події, які відбувались у минулому, презентують життєві історії людей у складних історичних умовах. Висвітлення тем історії пов'язане із суспільним запитом, на який журналістика має реагувати, поширюючи суспільно важливу інформацію. Тут також важливий погляд на функцію журналістики. Дослідження Європейської асоціації викладачів журналістики, презентоване Н. Дроко у 2021 році, засвідчило, що в Україні роль журналістики, на думку українських викладачів, полягає у поширенні інформації і менше спрямована на роль розслідувача. Йдеться про два види журналістики: «швидку» та «повільну». Перша зосереджується на новинах, друга на контекстних питаннях:

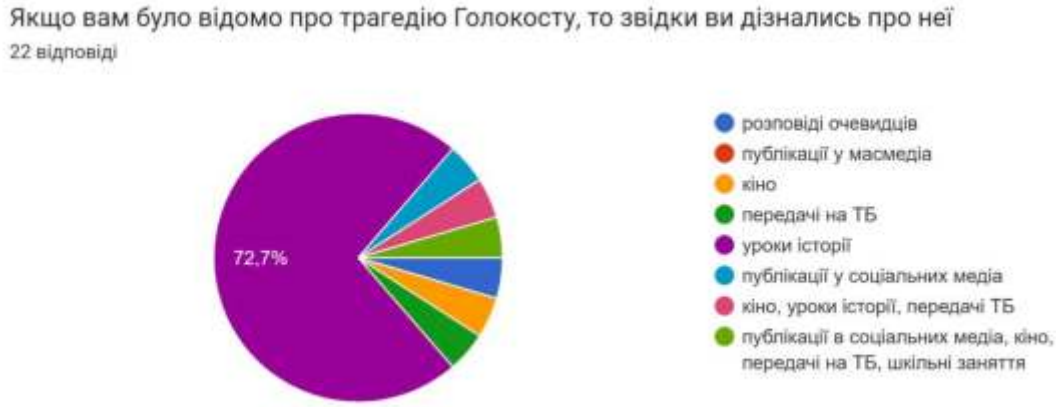
Disseminator Fast Journalism	Investigator Slow journalism
Who?	How?
What?	Why?
Where ?	What does it mean?
When?	What's next?
What do you think?	What can you do?

[4].

Саме вироблення повільних навичок має стати важливим складником журналістської освіти, оскільки майбутнє професійної журналістики буде пов'язане із «повільними» формами. Історична тематика також вимагає володіння навичками аналізу, дослідження, верифікації (перевірка і оцінка джерел, фактів, розкриття неправдивої інформації), соціальними навичками (долання бар'єрів комунікації, вміння слухати). А важливість історичної тематики відзначалась українськими медіаспеціалістами і до активної фази російсько-української війни, зокрема, висувалась вимога правдивого висвітлення історії, адже «викривлення історії призводить до втрати національної ідентичності, тому важливо її не просто зберегти, а зберегти правдивою» [3].

У вимогах до висвітлення історичної тематики в журналістських матеріалах О. Довженко висуває ряд вимог: журналістський матеріал не повинен дорівнювати науковому дослідженню, навпаки, він має бути адаптований для аудиторії; науковий стиль може шкодити журналістському твору, так само як і піднесений стиль, тож про історію варто писати уникаючи специфічної термінології і надмірної урочистості; журналістський текст про історію має мати вигляд сторі із своїми героями та сюжетом; варто додавати ілюстративний матеріал, який буде приманкою і власне сам матеріал має містити приманки для читача, щоб заохотити його до читання [2]. Відповідно для пошуку тем матеріалів медіа можуть використовувати фонди музеїв. Таку адаптовану версію було створено у підручнику авторського колективу «Архіви КҐБ для медіа» [1]. Історичні теми журналісти можуть розкривати на основі фактів, проте поряд з цим є значний масив особистих історій, які засипані зі слів очевидців. Ці історії не можуть претендувати на вичерпність, повноту, неупередженість, проте, вони можуть давати необхідну для історичних сторі індивідуальність та унікальність.

Тема Голокосту в Україні є найбільш відомою серед інших прикладів геноцидів в історії людства. В опитуванні студентів, яке було проведено у квітні 2021 року в рамках вибіркового (в межах університету) навчального курсу «Медійний контент інформаційного суспільства» для студентів другого курсу, простежується інформованість щодо подій Голокосту на відміну від геноциду у Руанді. Порівняймо дані опитування: про геноцид у Руанді знали 9,1% опитаних, не знали 40,9 %, решта – щось чули про трагедію, про трагедію Голокост знали 100 % опитаних. Про геноцид у Руанді опитані мали інформацію переважно із мас-медіа 76,5 % і решта – із соціальних медіа. Про події Голокосту опитані дізнавались переважно з уроків історії, відповіді містили один або кілька варіантів:



Це опитування ілюструє недостатні обсяги якісного журналістського контенту з теми Голокосту, яка б могла виконувати не лише функцію інформування про трагедію, але й формувати концепцію національної пам’яті в Україні, пропрацювати проблеми постпам’яті єврейського народу.

Формування якісного журналістського контенту з тематики Голокосту можливе за умов залучення різновидових історичних джерел з теми. Використання саме джерел посилить довіру читачів до журналістських матеріалів.

На сьогоднішній день Меморіальний музей Голокосту США (Вашингтон) надає унікальну можливість роботи з такими джерелами. Місія Меморіального музею Голокосту в США, створеного в 1993 році, полягає в тому, щоб надихати громадян та лідерів у всьому світі на боротьбу з ненавистю та запобігати геноциду. Музей наголошує на крихкості свободи, а отже необхідність виявлення пильності в збереженні демократичних цінностей є першочерговим завданням. Інституція проводить освітні програми для педагогів, студентів, заохочує науковців різних галузей до досліджень тематики Голокосту. З моменту свого

відкриття у 1993 році Музей прийняв понад 47 мільйонів відвідувачів, у тому числі 100 глав держав та понад 11 мільйонів дітей шкільного віку. Енциклопедія Голокосту, провідний у світі онлайн-ресурс про Голокост, доступна 19 мовами, і в 2021 році її відвідали понад 21 мільйон людей, що представляють 238 країн.

База даних Музею складає 270 тис. записів фотоматеріалів, відеоматеріалів, особисті історії (інтерв'ю, мемуари, спогади, щоденники).

Фонди Музею представлені кількома колекціями. Колекція «Збережіть їх історії» містить більше щоденників, в яких оповідається про еміграції, біженців, умови перебування в таборі та гетто, військовополонених. «Колекція спогадів тих, хто пережив Голокост» складається з мемуарів, в яких проливається світло на стратегії виживання євреїв. «Колекція Каца Еренталя» складається більше ніж з 900 предметів, які створювалися для ведення антиєврейської та антисемитської пропаганди з часів середньовіччя до новітньої доби. Архів усної історії Джефа та Тобі Хер містить спогади, інтерв'ю та літературу з тематики. «Колекція Міжнародного архіву документації про Голокост Клеймс Конференс (Claims Conference International Holocaust Documentation Archive)» містить більше 200 свідоцтв. Серед колекцій є кіно- та відеоархів Стівена Спілберга – один з найчисленніших відеоресурсів у світі. Архів містить 1050 годин історичних фільмів. Відеоархів Fortunoff містить більше 10 тис. усних свідоцтв 4400 людей, яким вдалося вижити, а також свідків. Архів візуальної історії «USC Shoah Foundation» містить близько 55 тис. відеосвідоцтв тих, хто зміг врятуватися – євреїв, рома, гомосексуальних людей, Свідків Єгови та інших [7].

Джерела охоплюють широку географію. Передусім стосуються країн, в яких відбулася катастрофа. Найбільше представлені матеріали з Польщі, Німеччини, України, Білорусії.

Важливу частину серед колекцій містить 240 записів усних свідчень, які стосуються перебігу Голокосту в Україні чи долі постраждалих вихідців з України. Представлені інтерв'ю стосуються таких міст як Жмеринка, Київ, Львів, Могилів-Подільський, Одеса, Харків, Чернівці, міста Вінницької, Житомирської, Черкаської та Чернігівської областей, села Волинської області, Крим [6]. Використання матеріалів того чи іншого регіону збагатять місцеву періодику, стануть в нагоді в підготовці статей з історії Голокосту в тому чи іншому краї.

Ці інтерв'ю містять змістовний матеріал щодо особливостей Голокосту на території України, стратегій виживання людей під час Шоа, взаємостосунків євреїв та інших національностей, умов перебування в гетто, повсякденного життя, способів врятування, руху опору та проливають світло на життя євреїв після війни. Використання промовистих уривків з аудіосвідчень або спогадів людей, які пережили Голокост, суттєво збагатять журналістські матеріали та дозволять об'єктивно розкривати такі дискусійні проблемні питання, як умовність ролей періоду Голокосту, особливості Голокосту в різних регіонах України, роль неєврейських народів в здійсненні масового вбивства. Гендерні аспекти теми, такі як історія материнства, сексуальні насильства, жінки в гетто та жінки в русі опору, порівняння ролей жінок та чоловіків – усі ці актуальні для суспільства теми можливо розкрити, залучаючи джерела Музею. Окрім того, історію Голокосту варто показувати, звертаючись до окремих персоналій та їх долі. Автори інтерв'ю можуть стати героями окремих журналістських публікацій.

До джерел треба ставитися обережно, щоб не ввести себе та читацьку аудиторію в оману. Інформаційні можливості документів потрібно верифікувати, порівняти зміст джерел. Вивчення сучасної наукової літератури є необхідним етапом роботи, що передує дослідженню фондів як Музею так й іншої інституції з історії Голокосту.

Відеоматеріали представлені як кінохронікою часів Голокосту, так і сучасними документальними фільмами про катастрофу. Найбільше фільмів присвячено добі нацизму в Німеччині. Промовистими є заголовки кінохронік: «Передвиборний виступ Гітлера»,

«Прийняття Нюрберзьких законів», «Спалення книг під час промови Геббельса», «Нацистський план»: VII з'їзд партії, 1935 р.», «Німецьке вторгнення в Польщу», «Падіння Варшави», «Повсякденне життя Варшавського гетто», «Рузвельт оголошує про підтримку Британії», «Нюрнберзький процес: Герінг дає свідчення» тощо [5].

Фотодокументи можуть стати ілюстративним матеріалом. Обов'язково треба враховувати цільову аудиторію і якщо читачами можуть бути діти, то варто уникнути фото фізичних розправ, покалічених тіл тощо.

Окремим видом джерел є карикатурні плакати. Залучення їх до журналістських матеріалів вимагає кропіткого аналізу. Потрібно встановити час, місце створення зображення, авторство. Для з'ясування меседжу плакату визначити історичні умови його створення.

Фонди Музею стануть в нагоді для дослідників історії журналістських матеріалів з Голокосту, оскільки містять періодику про події того часу. Зокрема, цікавою для аналізу є стаття з газети «San Francisco Chronicle» під заголовком «Трагедія біженців» (травень 1941 р.). Стаття ґрунтується на інтерв'ю з Мозесом Бекельманом, співробітником благодійної організації «Джойнт». У ній обговорювалася проблема надмірної кількості польських та литовських біженців у Шанхаї (Китай), Кобі (Японія) та Лісабоні (Португалія), які застрягли там на шляху до Північної та Південної Америки. Головною причиною цієї затримки стала нестача віз, оскільки більшість країн закрили свої кордони для емігрантів [8].

Серед колекцій Музею є українські газети, що видавалися на окупованій німцями території з обласних державних архівів [9].

Таким чином, фонди Музею містять різновидовий джерельний матеріал для журналістських публікацій. Комплексний аналіз електронних ресурсів та опрацювання сучасної української та зарубіжної наукової літератури дозволяють готувати якісні публікації на актуальні у суспільному сенсі теми.

Список використаних джерел

1. Бірчак В., Довженко О., Когут А., Макаров Ю., Попович О., Ясиневич Я. Архіви КҐБ для медіа : посібник / редактор-упорядник Анна Олійник: Центр досліджень визвольного руху. Київ : К.І.С., 2018. 216 с.

2. Довженко О. Як писати про історію простими словами. Medialab. 29.10.2018. URL: https://medialab.online/news/archivy/

3. Кульженко В. Правдиво та неупереджено: як мають та як пишуть про історію українські медіа. Медіакритика. 01.12.2021. URL: https://www.mediakrytyka.info/standarty-yakisnoi-jurnalistyky/pravdyvo-ta-neuperedzheno-yak-mayut-ta-yak-vysvitlyuyut-istoriyu-ukrayinski-media.html

4. Мороз М. Журналістські цінності та професійні ролі з позиції викладачів – дослідження. 16.06.2021. Journalism Teachers' Academy. URL: https://www.jta.com.ua/trends/zhurnalistski-tsinnosti-ta-profesiyni-roli-z-pozytsii-vykladachiv-doslidzhennia/

5. Film, audio, video. USHMM. URL: https://collections.ushmm.org/search/?f%5Bf_audiovisual%5D%5B%5D=documentary&f%5Bf_cities%5D%5B%5D=Berlin

6. Oral history interviews of the Ukrainian Witnesses Documentation Project USHMM. URL: https://collections.ushmm.org/search/catalog/irn44528

7. Special collections. United States Holocaust Memorial Museum. URL: https://collections.ushmm.org/search/special-collections

8. USHMM. URL: https://encyclopedia.ushmm.org/content/ru/document/newspaper-article-the-refugee-tragedy

9. USHMM. URL: https://collections.ushmm.org/search/catalog/irn37306#?rsc=3945&cv=0&c=0&m=0&s=0&xywh=-1510%2C-175%2C5264%2C3448

Швець В. А.,
студентка спеціальності «Журналістика»
Національного університету «Запорізька політехніка»;
Панченко С.А.,
кандидат філологічних наук, доцент,
доцент кафедри журналістики
Національного університету «Запорізька політехніка»
Україна, м. Запоріжжя

ПАРАДИГМА ФУНКЦІОНУВАННЯ ВИДАННЯ «ЖУРНАЛІСТ УКРАЇНИ» У ЖУРНАЛЬНОМУ ДИСКУРСІ

Сучасні ЗМІ посідають важливе місце в житті суспільства, надають різноманітну інформацію, а також можливості для самоосвіти й розваги. Журнал є одним з основних засобів масової інформації, що впливає на громадську думку, формуючи її відповідно до інтересів певних суспільних класів, політичних партій, організацій.

Типологія журнальних видань поки що перебуває на стадії розробки і тому не має чіткого трактування. Однак аналіз нечисленних праць, присвячених цій проблемі, визначає підходи до її вирішення і дозволяє знайти необхідні передумови для певних висновків з приводу ознак, що дають підстави виокремити конкретні видання в самостійну типологічну групу.

Під типом друкованого періодичного видання звичайно розуміють сукупність його характеристик, якими воно відрізняється від інших видань. Цей тип включає характеристики як змісту видання, тематики його публікацій, так і його дизайну, зовнішньої особи. Дослідники типології ЗМІ згодні з тим, що найважливішими чинниками, що визначають типологічні особливості газети, є, по-перше, мета видання та її концепція і, по-друге, її читацька аудиторія.

За В. Івановим типологічні ознаки − це властивості, показники, складові внутрішні структури типу як моделі. Типоформуючі ознаки − це ознаки соціального об'єкта, на основі яких їх можна вважати носіями різних типів досліджуваного явища [3].

Практичне вивчення журналів з метою визначення їх місця в системі ЗМК передбачає виявлення типологічних ознак і характеристик, а також моделювання і прогнозування нових видань Такий аналіз включає такі складові: класифікацію за тематичною спрямованістю, визначення типологічних ознак журналів, їх типів, видів, складення логічної класифікаційної моделі та типологічного моделювання. Саме класифікація дозволяє поділити велику кількість журналів на класи, підкласи, групи підгрупи з тим, щоб визначити до якої з них належить те чи інше видання, його основні відмінності та загальні риси [3].

Наприклад, Г. Дзюбенко пропонує усі журнали умовно поділити на три рівня сприйняття, які відповідно розраховані на три рівня читачів: 1) інформація для всіх; 2) широке коло працівників галузі й тих, хто цікавиться певними сферами науки, техніки, культури; 3) наукова і спеціальна інформація [1].

Сучасні дослідники журналістикознавства вважають закономірним входженням спеціалізованих видань до системи сучасних ЗМІ. Майже всі журналістикознавці вказують на такі типоформувальні ознаки спеціалізованого видання, як орієнтація на потенційну аудиторію і проблемно-тематична спрямованість.

Часопис «Журналіст України» був започаткований у 1975 р. як інформаційний бюлетень, а з березня 1982 р. перетворений на щомісячний журнал, засновником і видавцем якого є Національна спілка журналістів України. Як спеціалізоване фахове видання, журнал орієнтований на професіоналів медіа з відповідною тематикою: технології журналістської

(редакторської) роботи та професійна етика, фахові новації, журналістська освіта, медіа-бізнес і менеджмент, влада і ЗМІ, самоорганізація журналістів тощо.

На сьогодні він є найбільш популярним періодичним виданням, яке торкається різноманітних аспектів журналістської праці, у якому висвітлюється творча та організаційна діяльність НСЖУ та її обласних філій, досвід роботи редакцій, подаються матеріали з теорії і практики журналістики. Журнал знайомить читачів з хронікою, де репрезентовані події, пов'язані з інформаційним простором, висвітлює новинки в законодавстві, надає юридичні консультації, містить інтерв'ю з провідними учасниками інформаційних відносин.

Багато років головним редактором часопису була Віра Черемних, після неї – в. о. головного редактора Ольга Войцехівська. Авторський актив – провідні журналісти України і зарубіжжя, редактори періодичних друкованих видань, керівники інформагентств і редакцій телерадіомовлення, науковці, експерти в галузі інформаційної діяльності, громадські діячі медійної сфери [2].

До останнього часу (початку російсько-української війни) періодичне видання «Журналіст України» випускалося форматом А4 210×297мм, обсягом в 52 сторінки, використовувався кольоровий друк. З 2018 року періодичність видання становила 6 номерів на рік (раніше виходив щомісяця).

Для розуміння специфіки журналу як спеціалізованого видання спочатку звернемось до оцифрованих архівованих чисел, які закінчуються 2017 роком. За період 2015 – 2017 рр. вийшло 35 номерів журналу. З-посеред інших заслуговує на увагу спецвипуск під назвою «Жертви безкарності», де було опубліковано виступ президента Міжнародної федерації журналістів Філіпа Ляруша: «Питання про фізичну безпеку співробітників є нашим головним пріоритетом. Загроза для журналіста може виникнути де завгодно. Але завжди він має знати – колеги проявлятимуть солідарність!» Заслуговує на увагу матеріал «10 порад журналістам, які постраждали під час виконання професійних обов'язків від медіа-юриста Людмили Опришко, ГО «Платформа прав людини».

Рубрикація номерів журналу відрізняється один від одного. Проте, діють і постійні рубрики. Прикладом може слугувати рубрика «ОКО «ЖУ», де представлені роботи кращих журналістів-фотографів України та інтерв'ю з ними. Рубрика «Постаті» розповідає читацькій аудиторії про видатних українських журналістів, на яких варто рівнятися.

З 2016 року на сторінках «Журналіста України» з'являються практичні поради медіатренерів щодо висвітлення теми переселенців, розповіді журналістів, які побували в полоні бойовиків на Сході, роздуми експертів про стандарти в часи війни, цікаві нариси про колег. Додаються нові рубрики: «Дискусійне питання», «Реформа», «Рецензії», «Життя спочатку».

Чи не в кожному числі журналу є рубрика «Нам пишуть». Це дає змогу редакції залишатися на зв'язку зі своїми респондентами з усіх куточків Україні. Часто саме у цій рубриці порушуються нагальні злободенні проблеми журналістів. Заслуговує також на увагу ініціатива редакції журналу із проведення різного роду конкурси, головним Також відбуваються й тематичні конкурси. До прикладу, в дев'ятому номері 2017 року була розміщена стаття «Леся Садовська: «Майже з усіма героями своїх публікацій продовжую спілкуватись і після виходу матеріалів», в якій Леся Садовська, завідувачка відділу «Подільських вістей» (Хмельницький), стала переможцем в номінації конкурсу НСЖУ «Кращий журналістський матеріал» (фоторепортаж, серія) про події на Сході України в зоні АТО.

Видання послуговується доволі широким спектром жанрової палітри. Здебільшого це статті, інтерв'ю, рецензії, журналістські розслідування, інфографіка, світлини, фотонариси,. карикатури тощо.

Більшість матеріалів часопису розкривають фахові проблемно-тематичні аспекти журналістської галузі, як от: допомога переселенцям, процес роздержавлення ЗМІ, свобода слова, незахищеність журналістів, низький рівень професіоналізму представників засобів масової інформації, інформаційна війна та шляхи її подолання, журналістика в особах, медіабізнес, медіаправо, журналістська освіта, книги журналістів, конкурси, співпраця з міжнародними організаціями, суспільне мовлення та іномовлення тощо.

У цілому, «Журналіст України» належить до категорії якісних фахових видань, адже для нього характерне домінування аналітичних публікацій, зваженість думок у висловлюваннях, контроль за достовірністю інформації, наявність експертних оцінок у матеріалах. Спираючись на історичну практику, поєднану із традиціями, журнал сприяє ефективному розвитку масово-інформаційної сфери завдяки оприлюдненню його результатів через публікації видання.

Воєнний час змінив формати багатьох засобів масової інформації. На сьогодні «Журналіст України» має мережеву версію, веде активну діяльність в соціальних мережах. Зокрема, сторінка видання у мережі Фейсбук повноцінно відображає усі рубрики журналу, актуальні дописи, а також завдяки мультимедійним можливостям доповнюється відеорядами та іншими засобами. Видається, що сучасний формат журналу потребує окремого повноцінного дослідження.

Список використаних джерел

1. Дзюбенко Г. Сучасна журнальна періодика: загальна характеристика, типологія, основні функції та принципи. URL: http://journlib.univ.kiev.ua.
2. Журналіст України. URL: https://nsju.org/journals/2017/12/Jurnalist-Ukr-12-17.pdf
3. Іванов В. Техніка оформлення газети : курс лекцій. Київ : Знання, КОО, 2000. 222 с.

Шишкіна С.О.,
магістрантка спеціальності «Журналістика»
Національного університету «Запорізька політехніка»;
Тонкіх І.Ю.,
кандидат філологічних наук, доцент
доцент кафедри журналістики
Національного університету «Запорізька політехніка»
Україна, м. Запоріжжя

ЗАВДАННЯ ТА ФУНКЦІЇ ЖУРНАЛІСТСЬКИХ ТЕЛЕГРАМ-КАНАЛІВ

Платформа «Телеграм» вже декілька років поспіль є однією з найбільш популярних з усіх наявних в інтернет-просторі кросмедійних платформ в Україні. Якщо спочатку телеграмом користувалися виключно з метою обміну особистими повідомленнями, то відколи у месенджері з'явилася можливість засновувати публічні канали, цей ресурс почали застосовувати у процесах масової інформаційно-комунікаційної діяльності. Для журналістів месенджер став зручною платформою, за допомогою якої вони змогли здійснювати свої професійні завдання, та одним із каналів кросмедіа. Тому на сьогодні набуває особливої актуальності дослідження тих трансформацій завдань та функцій публічних телеграм-каналів, які відбулись останнім часом.

Мета роботи – визначити основні завдання та функції журналістських телеграм-каналів, з огляду на сучасні інформаційні тренди й тенденції розвитку месенджерів.

Останнім часом чимала кількість науковців звертає увагу на трансформацію ролі платформ, які раніше використовувались виключно у межах міжособистісної комунікації. Так,

наприклад, комунікаційним особливостям телеграм-каналів присвячені роботи М. Бутиріної, В. Жугай та Т. Кузнєцової, І. Мудрої та О. Кухарської, Л. Чернявської та Н. Данилюк. Проте формулювання завдань та функцій журналістських телеграм-каналів на сьогодні потребує уточнення те конкретизації, зважаючи на останні тенденції розвитку месенджерів.

Усі месенджери без винятку виконують насамперед комунікативну функцію, адже пріоритетним завданням цих ресурсів від самого початку їх існування був обмін особистими повідомленнями. Проте із розвитком месенджерів ця функція значно трансформувалась: від моделі комунікації «від одного до одного» до моделі «від одного до багатьох» та від «багатьох до багатьох». Це відбулось завдяки можливості засновувати публічні канали, яка з'явилась у месенджері у 2015 р.

Відтоді завдання телеграму значно розширилися, адже адресатом комунікації стала масова аудиторія. Взаємодія автора каналу та підписників тепер є багатобічною та інтерактивною, адже адресати виступають не лише читачами, а й учасниками формування контенту. Це відбувається завдяки наявності різних видів зворотного зв'язку: у публічних каналах з'явилась можливість реагувати на повідомлення за допомогою емотиконів, залишати свої відгуки у коментарях, брати участь в опитуваннях, надсилати авторові каналу власні фото- й відеоматеріали, а також пропонувати теми для обговорення.

Варто зауважити, що автори публічних телеграм-каналів останнім часом часто обмежують для своїх читачів можливість коментувати повідомлення. Насамперед це стосується новинних каналів із великою кількістю підписників. Серед них можуть бути ворожі агенти, які цілеспрямовано сіють паніку в коментарях або дізнаються якусь інформацію. Тому автори публічних каналів останнім часом можуть надавати лише можливість залишити реакцію на пост у вигляді емотиконів, влаштовувати голосування, опитування та подавати посилання на вебсторінку або електронну пошту для зворотного зв'язку.

Після отримання можливості звертатись одночасно до потенційно необмеженої кількості людей автори публічних каналів почали їх використовувати у якості засобів масової інформації, насамперед з метою повідомлення суспільно значущих новин широкій аудиторії. Відтак, поряд із комунікативною функцією на перший план вийшла інформаційна. При цьому це може бути як оперативне інформування, так і не оперативне. Але, як правило, головною перевагою телеграм-каналів є надзвичайна оперативність та можливість повідомляти новини в режимі реального часу. Адже на цій платформі є всі зручні інструменти та боти для створення та управління каналами за лічені секунди. Це стосується не лише тексту публікації, а й вбудованих фото, відео, галерей, опитувань, голосувань, реакції тощо.

Максимально швидке поширення новин є прерогативою та пріоритетним завданням усіх соціальних мереж та месенджерів, адже їхні технологічні особливості дозволяють влаштовувати стріми – прямі трансляції, та повідомляти про події у момент їх розгортання. Окрім цього, такі ресурси мають і ще одну важливу перевагу, обумовлену психологічними особливостями поведінки користувачів, а саме вірусним розповсюдженням новин. Опція репостів наявна і в інтернет-виданнях, проте у соціальних мережах і месенджерах інформація поширюється набагато швидше. Якщо новина зацікавила читача, він публікує її на своїй сторінці, це бачать його друзі та підписники, з якими автора напевно об'єднують спільні інтереси, і вони також починають робити репости на власних сторінках. За кілька годин інформація шириться мережею, і за охопленням масової аудиторії такий спосіб комунікації значно випереджає усі традиційні ЗМІ.

На вебсторінках інтернет-видань новини також можуть регулярно оновлюватись, проте користувачі відвідують такі сайти з набагато меншою регулярністю, ніж соціальні мережі та месенджери. Сьогодні вони виконують завдання і приватної, і професійної комунікації, а також продовжують використовуватись як засіб проведення дозвілля. Така багатофункціональність забезпечує соціальним мережам та месенджерам регулярність і

частотність переглядів. Саме тому реалізація інформаційної функції в телеграм-каналах має свою специфіку: новини поширюються з максимальною швидкістю, і їх розповсюдження часто стає вірусним. У цьому випадку публічні телеграм-канали, разом з інформаційною, виконують функцію формування порядку денного.

Під час війни інформаційна функція зазнала суттєвих змін. Якщо раніше головним завданням журналістів було оперативне повідомлення максимально повної інформації масовій аудиторії, то в умовах воєнного часу оперативність поступається місцем іншим завданням, насамперед це стосується нерозголошення військових таємниць – інформації щодо дислокації та пересування військ, місць влучання ворожих снарядів, публікації фото- й відеосвідчень обстрілів тощо.

Останнім часом істотно зменшилася кількість універсальних за тематикою журналістських ресурсів. Тема війни стала головною і у традиційних ЗМІ, і у блогах, і у соціальних мережах та месенджерах. Для прикладу ми обрали два офіційних телеграм-канали таких популярних кросмедіа як «ТСН» та «Громадське». Перший канал нараховує більше 850 тис. підписників та в середньому 186 тис. переглядів публікацій, другий має більше 100 тис. підписників та 41 тис. переглядів. Враховуючи цю інформацію, можна зробити висновок, що цим джерелам інформації довіряють, і ці канали щоденно охоплюють масову аудиторію.

Наприклад, 5 жовтня 2022 року у телеграм-каналі «ТСН новини» упродовж дня було опубліковано 109 постів, з котрих 109 стосуються теми війни. Серед жанрів переважають замітки, «новини-блискавки», мініrепортажі у вигляді відео або фото з місця подій. За тематикою переважають останні новини з фронту, сповіщення про ракетні удари, повітряну тривогу, вибухи у містах та оперативна інформація щодо кількості жертв.

У телеграм-каналі «ТСН новини» переважають публікації невеликого обсягу, із широким спектром мультимедійного наповнення. Це фото, відео, інфографіка, фотогалереї, короткі відеоролики тощо. При цьому дуже часто використовуються матеріали не власного виробництва, а авторський контент пересічних людей, які перебували на місці подій і виклали фото в мережу.

У телеграм-каналі «Громадське» за ту саму дату – 5 жовтня 2022 року – набагато менше публікацій, аніж на каналі «ТСН новини»: 21 публікація, з котрих 18 стосуються теми війни. За тематикою та жанрами обидва канали дуже схожі, проте на «Громадському» значно менше використовуються мультимедійні засоби. Стрічка каналу схожа більше на звичайну стрічку новин, головна функція якої – інформаційна.

Оскільки телеграм дуже простий у використанні як для пересічного користувача, так і для адміністратора каналу, інформацію можна перемістити в інтернет-мережу за лічені секунди. Кожне нове повідомлення супроводжується звуковим і графічним сигналом, і користувачі одразу помічають їх. Тому сповіщення про повітряні тривоги, а також оперативну інформацію щодо вибухів переважна більшість зареєстрованих у телеграмі осіб дізнається саме тут.

Від початку свого існування ресурс «Телеграм», так само, як і усі інші месенджери та соціальні мережі, виконує рекреаційну (або розважальну) функцію, адже на цих каналах люди часто проводять вільний час. Автори публічних телеграм-каналів також часто вбачають домінантною саме розважальну функцію. Зокрема, це канали, які публікують добірки кумедних фото, відео, мемів, тобто таку інформацію, що викликає виключно позитивні емоції та дозволяє відволіктися від проблем та позбутися тривожності. У такому випадку розважальна функція поєднується із психотерапевтичною. Саме завдяки такому контенту публічні канали в месенджері «Телеграм» в переважній більшості випадків швидко завойовують увагу великої кількості підписників.

Цією особливістю можуть скористатися і журналісти. Вони мають змогу поширювати важливі новини у розважальному, легкому для сприйняття форматі, який став інформаційним

трендом і отримав популярність на телебаченні під назвою інфотейнмент. У телеграмі він втілюється у фрагментації інформації, чергуванні суспільно важливих новин із другорядними за значущістю фактами, великій кількості візуального контенту, використанні фотоколажів та мемів.

Важливим завданням публічних телеграм-каналів є гуртування віртуальних спільнот за інтересами та вподобаннями. Це завдання реалізується завдяки функції соціальної організації. При цьому автори телеграм-каналів можуть об'єднувати як реальні соціальні спільноти – наприклад, мешканців одного міста, так і віртуальні – територіально розосереджених користувачів, не пов'язаних будь-якими зв'язками між собою. Під час війни це стало особливо актуальним. Не лише журналісти, а й політики, волонтери, громадські діячі та блогери гуртують людей задля вирішення спільних завдань: оголошують збір коштів на допомогу ЗСУ (як це роблять Сергій Притула та Сергій Стерненко), збирають гуманітарну допомогу для переселенців та для тих людей, які постраждали від обстрілів, координують роботу громадських організацій тощо.

Журналістські телеграм-канали також виконують функцію форуму, адже завдяки своїй інтерактивності часто стають платформою обговорення нагальних проблем, розв'язання дискусій стосовно суспільно важливих тем. Такі ресурси можна вважати одночасно і каналом вираження громадської думки, і способом її формування. Останнім часом лідерами думок часто стають не представники офіційних ЗМІ, а блогери, громадські діячі, експерти-фахівці різних галузей (наприклад, військові експерти). Багато журналістів у соціальних мережах та месенджерах збирають набагато більшу аудиторію, ніж у традиційних ЗМІ. Тому ще однією важливою функцією публічних телеграм-каналів можна вважати функцію формування громадської думки.

Сучасні ЗМІ сконцентровують увагу на інтеграції власного контенту у соціальні мережі, оскільки більшість споживачів інформації сприймають ці платформи як альтернативу традиційним ЗМІ і довіряють їм більше, ніж телебаченню або інтернет-виданням. Основний принцип роботи медіа у такому середовищі – адаптація інформації до алгоритмів цих мереж. Репрезентантами редакційної політики ЗМІ в соцмережах стають персональні або корпоративні сторінки журналістів, які можуть вести взаємодію з цільовою аудиторією через републікацію власних матеріалів, історій колег тощо.

Для усіх ЗМІ стає надзвичайно актуальною необхідність адаптації свого контенту під кожен окремий канал комунікації, який потенційно може бути масовим, зокрема під соціальну мережу «Телеграм». Відповідно до актуальних тенденцій розвитку цього месенджеру у якості засобу масової комунікації, ЗМІ може розширювати свою аудиторію, потенціал якої в соціальних мережах на сьогодні є найвищим. При цьому журналісти можуть засновувати у мережі «Телеграм» з метою професійної комунікації як персональні, так і корпоративні канали, які репрезентують певне видання. Головною функцією обох видів каналів є інформаційна функція, адже їхні завдання збігаються із завданнями традиційних ЗМІ.

При цьому телеграм-канали не лише дублюють функції ЗМІ, але й виконують власні завдання. Зважаючи на те, що комунікація в усіх соціальних мережах і месенджерах має яскраво індивідуалізований те персоналізований характер, а суб'єктивні міркування та авторські судження набувають домінантного значення, телеграм-канали журналістів можуть також виконувати функції самопрезентації, самореалізації, саморозвитку та формування професійного іміджу й репутації. Якщо ж телеграм-канал є корпоративним, то він виконуватиме функції презентації та просування інших платформ кросмедійного ресурсу, адже новини, як правило, супроводжуються гіперпосиланнями на публікації інтернет-видань, ютуб-каналів, соціальних мереж тощо.

Отже, завдання та функції журналістських телеграм-каналів корелюються із функціями традиційних ЗМІ. У переважній більшості випадків їх засновують із метою поширення

суспільно значущих новин, адресованих масовій аудиторії, відповідно, інформаційна функція стає домінантною. При цьому з-поміж усіх платформ месенджери відзначаються чи не найвищим ступенем оперативності, завдяки широкому охопленню аудиторії та наявним опціям звукового та графічного маркування нових повідомлень. Не меншу роль відіграє комунікативна функція, з огляду на інтерактивний формат месенджеру – платформи для миттєвого обміну особистими повідомленнями.

Серед допоміжних функцій варто виокремити функцію соціальної організації, функцію форуму, функцію формування громадської думки, функції самопрезентації, самореалізації та формування професійного іміджу й репутації, а також розважальну функцію. На жаль, пізнавальна, культурно-виховна та культурно-освітня функції дотепер залишаються найменш реалізованими на цій платформі.

Тенденції функціонування інформаційних каналів у месенджерах дозволяють зробити висновок про те, що навіть ті платформи, які спочатку використовувались виключно як засіб обміну особистими повідомленнями, на сьогодні набувають виразних характеристик кросмедійних медіаплатформ, а тому можуть широко використовуватися журналістами у професійній діяльності. Останнім часом це стає інформаційним трендом, який у майбутньому має великі перспективи розвитку, а тому напевно потребуватиме уваги науковців.

Шульженко А.С.,
магістрантка спеціальності «Журналістика»
Національного університету «Запорізька політехніка»;
Скуртул Г.С.,
кандидат філологічних наук,
доцент кафедри журналістики
Національного університету «Запорізька політехніка»
Україна, м. Запоріжжя

РОСІЙСЬКО-УКРАЇНСЬКА ВІЙНА ОЧИМА ЖУРНАЛІСТІВ-АГЕНЦІЙНИКІВ (НА ПРИКЛАДІ ІНФОРМАЦІЙНИХ АГЕНТСТВ «УКРІНФОРМ», «УНІАН», «АРМІЯINFORM»)

Повномасштабне російське вторгнення на територію України 24 лютого 2022 року сколихнуло всю світову спільноту: російська федерація цинічно і безпринципно розпочала жорстоку війну проти українського народу. Ця подія одразу знайшла своє відображення на сторінках усіх без винятку засобів масової інформації, як вітчизняних, так і міжнародних, у тому числі й інформаційних агентств (далі – ІА).

З початком вторгнення рф на нашу землю кількість публікацій у ЗМІ, пов’язаних з війною, збільшилася в декілька разів. Одразу почати з’являтися телеграм-канали, які оперативно надавали інформацію щодо російської агресії, шпальти газет були переповнені новинами війни, телеканали та радіо весь свій ефірний час відвели на висвітлення воєнних подій. Інформаційні агентства не залишилися осторонь і стали активними постачальниками й розповсюджувачами новин російсько-української війни.

Зародження і розвиток української агенційної журналістики та шляхи її становлення дещо відрізняються від світового зразка. Якщо перші світові інформаційні агентства виникали передовсім у зв’язку з потребою комерційних та фінансових кіл в інформації бізнесового характеру, то попередники сучасних інформагентств України мали пропагандистську спрямованість. Вони, насамперед, переслідували мету національного відродження держави, ознайомлення світової спільноти із прагненнями українців і несли ідеологічне навантаження.

Саме з інформаційного агентства «Укрінформ» розпочинається історія становлення та функціонування сучасних ІА в українському медіапросторі. Саме воно першим на ввесь світ розповіло, що 24 серпня 1991 року Україну проголосили незалежною державою. Історичний момент зберігся як на новинних стрічках, так і на авторських фотографіях інформагентства.

На сьогодні Укрінформ є потужним постачальником інформації стосовно російсько-української війни, оперативність донесення новин є надзвичайно швидкою, наприклад: новини з'являються з інтервалом 5-7 хвилин. ІА є універсальним, охоплює всі сфери життєдіяльності людини, проте нині превалює саме інформація щодо вторгнення російської федерації на територію України (приблизно 85%). За даними Інституту масової інформації (2022) Укрінформ увійшов у дев'ятку найякіснішим онлайн-медіа. Інформаційне агентство представлене у таких соціальних мережах та меседжерах, як Instagram, Facebook, Twitter, YouTube та Telegram, що на сьогодні є дуже зручним і користується значною популярністю в аудиторії.

УНІАН – це приватне інформаційне агентство України [3], яке охоплює величезний спектр новин: політика, економіка, регіональні новини, суспільні, спортивні, світові, науково-технологічні, розважальний контент, новини про здоров'я тощо.

На сьогодні стрічка ІА «УНІАН» висвітлює переважно події російсько-української війни. Про це свідчать рубрики «Війна», яка займає першу позицію на сайті (Після «Головної»), спецпроєкти, де кожна з підрубрик («Екологія», «Страхування», «Коронавірус», «Зброя», «Матеріали для Гааги») безпосередньо пов'язана з впливом війни на всі сфери життєдіяльності людини не тільки в Україні, а й світі. Найголовніші новини, як і в Укрінформ, виносяться у стрічку новин і додаються кожні 5-7 хвилин. Інформаційне агентство представлене в таких соціальних мережах, як Instagram, Facebook, Twitter, YouTube, а також меседжерах Viber та Telegram.

АрміяINFORM [1] – інформаційне агентство Міністерства оборони України, створене в грудні 2018 року. Щодня воно надає повну картину подій у сфері оборони і безпеки: оперативна інформація, аналітика, ексклюзивні коментарі, інтерв'ю, фоторепортажі, інфографіка, відеостріми з місця події. Це спеціалізоване інформаційне агентство, яке до 24 лютого 2022 року висвітлювало події, пов'язані з Операцією об'єднаних сил на сході України, а також безпосередньо зі Збройними силами України. Інформація надавалася регулярно з інтервалом 20-30 хвилин. З моменту повномасштабного нападу рф на Україну стрічка новин ІА почала оновлюватися що 10 хвилин, події війни стали доступними аудиторії 24/7. На сьогодні це агентство займається підготовкою та поширенням повноцінного, готового до використання інформаційного продукту як медійниками, так і пересічними користувачами. АрміяINFORM представлена в таких соціальних мережах, як Facebook та Instagram, а також у меседжерах Telegram та Twitter.

Отже, наповнення офіційних сторінок інформаційних агентств, оперативне висвітлення подій російсько-української війни у соціальних мережах та меседжерах говорить про професійну, злагоджену роботу всіх медійників, у тому числі журналістів-агенційників, які, ризикуючи кожного дня життям, наполегливо працюють на інформаційному фронті.

Список використаних джерел

1. АрміяINFORM : вебсайт. URL: https://armyinform.com.ua/ (дата звернення: 01.10.2022).

2. Укрінформ : вебсайт. URL: https://www.ukrinform.ua/block-lastnews (дата звернення: 02.10.2022).

3. УНІАН : вебсайт. URL: https://www.unian.ua/ (дата звернення: 02.10.2022).

СЕКЦІЯ 2
ДОСЛІДНИЦЬКІ ПОШУКИ В ЦАРИНІ СОЦІАЛЬНИХ КОМУНІКАЦІЙ (РЕКЛАМА, PR, ВИДАВНИЧА СПРАВА ТА РЕДАГУВАННЯ, ДОКУМЕНТОЗНАВСТВО, СОЦІАЛЬНА ІНФОРМАТИКА)

Баран К.М.,
студентка спеціальності «Інформаційна, бібліотечна та архівна справа»
Волинського національного університету імені Лесі Українки;
Герасимчук О.Б.,
кандидат економічних наук, доцент,
доцент кафедри музеєзнавства, пам'яткознавства та інформаційно-аналітичної діяльності
Волинського національного університету імені Лесі Українки
Україна, м. Луцьк

ФОРМУВАННЯ КОНТЕНТУ СТОРІНКИ МАГАЗИНУ В СОЦІАЛЬНИХ МЕРЕЖАХ

В наш час, на ринку електронної комерції в соціальних мережах спостерігається висока конкуренція, попри те, що не всі інтернет-магазини витримують її і закриваються після року невдалої діяльності, кількість проєктів соціальної комерції стабільно висока, тому важливо розуміти, що наповнення сторінки є критично важливим для розвитку інтернет-магазину та має великий вплив на рішення клієнта про покупку.

Контент (англ. content – «зміст, наповнення») – поняття, що використовується переважно для позначення змісту, наповнення інформаційних ресурсів. Виокремлюють такі його види: візуальний, графічний, текстовий, освітній, розважальний та інші [3, с. 45].

Контент сторінки бізнесу в соціальній мережі складається з дописів, які містять текст, фото та відео, формат яких залежить від конкретної мережі. Його основною метою в будь-якій соціальній мережі є інформування потенційних клієнтів та переконання їх здійснити покупку. Соціальними мережами, які найбільше підходять для вирішення бізнес-завдань є Facebook та Instagram.

Починаючи вести сторінки проєкту електронної комерції в соціальних мережах, необхідно скласти контент-стратегію, в якій чітко окреслено всі маркетингові цілі та спосіб їх досягнення за допомогою контенту [2].

Контент-стратегія − це план розвитку бренду, щоб залучити трафік, потенційних клієнтів, продажі та інші бізнес-результати за допомогою вмісту [8].

Публікування дописів на сторінці проєкту електронної комерції в соціальних мережах має відбуватись постійно і приблизно в однаковій кількості аби користувачі не «загубили» сторінку серед сотні інших. Ефективним способом для вирішення цього завдання є створення контент-плану.

Контент-план – графік публікування контенту в соціальних мережах із зазначенням формату, теми, дати та часу публікування допису. Створювати контент-план можна в будь-якому зручному сервісі: Google Календар, Google документ чи Google Excel [1, с. 327].

Перед створенням контенту для інтернет-магазину фахівець, який відповідає за ведення сторінок разом з власниками бізнесу повинен визначити особливості цільової аудиторії та сформувати її «портрет». Для цього потрібно дати відповіді на запитання, хто є клієнтами

цього інтернет-магазину, це чоловіки чи жінки, люди зайняті бізнесом, студенти чи домогосподарки, що їх цікавить, скільки часу вони проводять в соціальних мережах тощо. Найкращий варіант – максимально детально розписати це в окремому файлі, щоб якнайкраще зрозуміти, що хоче бачити клієнт на сторінці конкретного інтернет-магазину.

На початку ведення сторінки в соціальній мережі необхідно зосередитись на публікуванні контенту для поінформованості про бренд, щоб показати потенційним клієнтам, що бренд і продукт існують. Така діяльність в соціальних мережах потрібна для «продажу» бренду, а не продукту, формування його впізнаваності в інформаційному просторі.

Важливо розуміти, що люди, які зайшли на сторінку новоствореного інтернет-магазину, ймовірно, нічого не знають про цей бренд та продукт, який він пропонує. Тому в дописах насамперед важливо описати цінності проєкту, надати інформацію про продукт та показати його як рішення проблеми клієнта [5].

Щоб виконати це завдання слід визначити «болі» клієнта, які вирішує продукт, це допоможе зрозуміти, які слова будуть мотивувати здійснити покупку. Наприклад клієнту магазину косметики «болить» тестування на тваринах, відповідно якщо власник проєкту підбирає асортимент, який не тестується на тваринах і розповідає про це на сторінці, клієнт може здійснити покупку врахувавши саме цей момент.

Більшість контенту інтернет-магазинів в соціальних мережах − це описи продуктів. Ефективний опис продукту зазвичай складається із заголовка, основного тексту, що визначає основні характеристики, і заклику до дії.

Аби сторінка не була одноманітною, крім описів товарів, вона може містити експертні пости у цій галузі. Формат блогу є хорошим інструментом для охоплення потенційних клієнтів за допомогою професійних постів. Блог стає особливо корисним та цікавим користувачу якщо в ньому розглядаються часті запитання покупців про продукти, які представлені в інтернет-магазині [7].

Кожна соціальна мережа має свій особистий патерн − стиль контенту, спілкування, поведінки, трендів та інших закономірностей.

Instagram – це соціальна мережа, де надважливим є візуал (від англ. visual). Користувачі цієї соціальної мережі більше дивляться, ніж читають, тому необхідно публікувати більше візуально гарного контенту, що мотивує користувача залишатись на сторінці магазину довше [4].

Перш ніж прописувати теми контент-плану для сторінки проєкту в Instagram, слід зрозуміти як виглядатиме фото/відео до цього тексту і переконатись що є можливість підібрати якісний візуал. Світлини повинні бути чіткі та професійні, різного ракурсу. Не менш важливо, щоб у загальному вигляді профілю було достатньо вільного простору, досягти цього ефекту можна додавши фотографії без деталізації і текстур.

Стандартними в Instagram є дописи з фото та текстом, проте є ще три додаткові функції: stories, Reels та IGTV. Важливо користуватись усіма видами публікування контенту, враховуючи їх можливості та особливості. Зокрема, контент-план для stories варто складати окремо або відводити йому особливу увагу в загальному плані. Для ефективного ведення сторінки проєкту електронної комерції використання цього функціоналу є обов’язковим. Stories − це візитівка будь-якого проєкту в Instagram, вона повинна бути завжди доступна для відвідувача сторінки. Перевагою цього виду контенту є хороші показники охоплення аудиторії, оскільки stories, на відміну від дописів, не ранжуються за інтересами користувачів, а відтворюються автоматично одна за одною доти, поки користувач не вирішить вийти з цього розділу [2]. Окремі stories можна додати в обрані, вони будуть відображатись на сторінці бренду постійно, а отже користувачі зможуть побачити їх в будь-який час. Так можна оформити розмірні сітки, відгуки користувачів, товари в наявності тощо.

Контент для сторінки магазину в Facebook має свої особливості. У 2018 році Марк Цукерберг (власник Facebook) оголосив, що компанія перемістить фокус на «значущі соціальні взаємодії». Це означало, що люди могли очікувати побачити «більше (публікацій) від друзів, родини та груп» і «менше загальнодоступного вмісту, як-от публікації від компаній, брендів та засобів масової інформації». Тобто, незалежно від того, публікує бренд платну рекламу чи звичайні публікації, він конкурує не тільки з іншими брендами, але й з публікаціями друзів та родини користувачів. Окрім того, аудиторія Facebook дорослiша за користувачів Інстаграму, що теж впливає на особливості контенту. Наприклад, найбільш вдалим фото до допису в Facebook буде те, на якому показано продукт в дії, наприклад кросівки, які продає бренд можна сфотографувати на спортсмені який біжить.

Велику кількість аудиторії в Facebook охоплюють дописи з мемами (дотепна коротка інформація іронічного характеру, яка відтворює певне ставлення до якихось подій чи обставин, та поширюється в Інтернеті). Можна змінити існуючі меми, адаптувавши під конкретний бренд або створити оригінальні. Ідея полягає в тому, щоб продемонструвати гумористичність бренду і передати ключове повідомлення.

Також вдалим рішенням є публікування відео, це улюблений вид контенту користувачів Facebook. Оптимальна тривалість відео – 1 хвилина 30 секунд. Вдалим для інтернет-магазинів є використання контенту, створеного клієнтами, а саме: фото- та відео-відгуків на товар. Згідно з дослідженням практиків створення бізнес-контенту, дописи з фото/відео, які були зроблені клієнтами є одним із вирішальних факторів здійснення покупки. Проте обов’язково потрібно отримати дозвіл оригінального користувача, перш ніж використовувати його публікації [6].

Отже, створення контент-стратегії, у якій детально прописано задачі для інтернет-магазину та алгоритми їх досягнення – це важливий етап формування сторінки магазину в соціальній мережі, під час якого необхідно враховувати, особливості функціоналу конкретної мережі – не завжди допис буде однаково доречним і для Facebook, і для Instagram. Через контент потрібно донести клієнту цінності бренду та його товару, розкрити чим він буде корисний кожному окремому покупцеві. Публікування різних видів контенту допоможе забезпечити якісну комунікацію з якомога більшою кількістю користувачів соціальних мереж, які є потенційними клієнтами конкретного інтернет-магазину.

Список використаних джерел та літератури

1. Дубовик Т. В., Ортинська В. В. Система соціальної комерції. Бізнес Інформ. 2017. № 3. С. 325–331.

2. Ідеальний контент-план для Facebook та Instagram. URL: http://agro. vedmedia.com.ua/p_6 (дата звернення: 09.10.2022).

3. Соціальні мережі як чинник розвитку громадянського суспільства / Онищенко О. С. та ін.; ред. Т. П. Дубас. Київ : НБУВ, 2013. 220 с.

4. Як скласти контент-план для соціальних мереж: Фейсбук та Інстаграм. URL: https://lanet.click/kontent-plan/ (дата звернення: 09.10.2022).

5. Content Planning: How to Create a Plan That Brings Results. URL: https://www.semrush.com/blog/content-planning/#3-types-of-content-plans (Дата звернення: 09.10.2022).

6. Facebook Content Strategy: 8 Visual Content Tactics to Boost Engagement. URL: https://www.socialbakers.com/blog/facebook-content-strategy (дата звернення: 09.10.2022).

7. Online Store Content. URL: https://www.textbroker.com/online-store-content (Дата звернення: 09.10.2022).

8. What is Content Strategy? How to Develop a Content Roadmap. URL: https://terakeet.com/blog/content-strategy/ (Дата звернення: 09.10.2022).

Баранецька А. Д.,
кандидат наук із соціальних комунікацій, доктор філософії,
доцент, доцент кафедри соціальних комунікацій
та інформаційної діяльності факультету журналістики
Запорізького національного університету
Україна, м. Запоріжжя

ІНВЕСТОР-РИЛЕЙШНЗ ЯК СУЧАСНА КОМУНІКАЦІЙНА КОМПОНЕНТА ОРГАНІЗАЦІЇ ІНФОРМАЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ У БІЗНЕСІ

На сьогодні інформаційна діяльність у бізнесі визначається низкою заходів, які зорієнтовані на забезпечення функціональних потужностей компанії – збір відповідних даних із різних бізнес-джерел та поширення повідомлень на різні аудиторії. Одним із вагомих напрямків інформаційного супроводу організації є налагодження та підтримка взаємин із інвесторами/партнерами, адже, як зацікавлена сторона, вони потребують чіткого розуміння ситуації на підприємстві. Саме тому дедалі більшої актуальності набуває вивчення розбудови інформаційної взаємодії з цією групою громадськості.

Мета дослідження полягає у виявленні домінантних шляхів інформаційного забезпечення дихотомії «бізнес-інвестор».

Поставлена мета передбачає розв’язання таких завдань:

- осмислення явища інвестор-рилейшнз як комунікаційної бізнес-стратегії;
- визначення базових напрямків реалізації інформаційної роботи з інвесторами/партнерами;
- опис практик реалізації інформаційної діяльності за цим вектором на прикладі сучасних кампаній.

Така група громадськості, як інвестори є актуальною ланкою в комунікаційній стратегії сучасного бізнесу. Зацікавлені компанії намагаються інформаційно наповнювати свої офіційні сторінки сайту (чи інші види корпоративних медіа) даними, які максимально репрезентують діяльність їхньої структури та сформують певну платформу для налагодження відповідних взаємин. На сьогодні одним із особливо привабливих показників функціонування підприємств є їхня соціально відповідальна політика, яка засвідчує екологічно та соціально свідоме управління. Саме тому базовим критерієм у налагодженні стосунків із інвесторами є корпоративна соціальна відповідальність компанії. На сьогодні КСВ – свідчення гуманізації бізнесу, яку, на думку дослідників, доцільно трактувати не з позиції витрат, а як потенційне джерело цінностей та специфічні соціальні інвестиції, від яких суб’єкт господарювання очікує віддачу в майбутньому [3, с. 178]. Адже, КСВ є вагомим складником набуття позитивної репутації, збільшення нематеріального капіталу та підвищення лояльності клієнтів.

Водночас, дослідники відзначають повільний розвиток відповідального інвестування в Україні, де ринок соціально відповідальних інвестицій майже відсутній. Базовою проблемою такої ситуації є низька прозорість українського бізнесу, яка супроводжується відсутністю інформації про етичну та соціальну діяльність копаній. Це своєю чергою унеможливлює оцінку їх роботи у напрямку соціально відповідального інвестування. Однак, на сьогодні спостерігається тенденція до запровадження соціальної відповідальності вітчизняного бізнесу [4, с. 23].

Головним чинником формування комунікативної політики підприємства є якість поданої інформації. Деталізація та наведення проміжної, первинної інформації чи накопичення ресурсів знижують прозорість та збільшують інформаційний «шум». Це створює ризик розгублення користувачем інформації (рекламного буклету, інвестиційного проєкту,

наповнення сторінок сайту). «У сучасних умовах інформаційна відкритість важлива у контексті формування нового типу відносин та стилю управління на принципах соціальної відповідальності, що, своєю чергою, відображається на іміджі бізнесу загалом» [3, с. 108].

На сьогодні існують різні інструменти інформаційно-комунікаційної взаємодії з інвесторами за показником соціальної відповідальності бізнесу. Традиційно ці позиції репрезентовані на офіційній сторінці сайту компанії (інколи ці взаємини відтворені в окремій рубриці «Інвесторам», а також/або «Соціальна відповідальність»). Такими компонентами є річні звіти, ESG-стратегія, політика конфіденційності, етичні кодекси/статути та комплаєнси.

Рис.1. *Варіанти інформаційної взаємодії з інвесторами*

Соціально відповідальною політикою відома група ДТЕК, яка у своїй діяльності зорієнтована на втілення низки цілей Глобального договору ООН [1; 2]. Офіційний сайт компанії містить рубрики «Інвесторам та партнерам», «Соціальна відповідальність» та «Соціально відповідальне інвестування», які репрезентовані такими позиціями, як: «Річні звіти», «Розкриття інформації», «ESG», «Напрямки програм соціального партнерства» та ін. Вони є компонентами стратегії сталого розвитку ДТЕК.

Так, інтегрований річний звіт (про фінансові та нефінансові показники) ДТЕК містить 100 сторінок, на яких відтворено інформацію про саму групу, її головні події за звітний період, опис місії, бачення та цінностей, а також стратегію подальшого розвитку. Тут же висвітлено ключові дані поточного року, географію підприємств групи, стратегію подальшого розвитку та нові можливості (https://dtek.com/investors_and_partners/reports/2020/)

У ESG-стратегії (https://dtek.com/investors_and_partners/esg/) компанія відзначає долученість до Глобального договору ООН, а також розкриває свою діяльність за напрямками охорони довкілля, соціальної відповідальності та корпоративного управління. Тут же наголошено на етичній поведінці бізнесу, зокрема оприлюднено положення Комплаєнсу та корпоративної етики (Кодекс етики та ділової поведінки) й Антикорупційну програму (https://dtek.com/sustainable_development/governance/). Так само на офіційній сторінці ДТЕК описані різноманітні соціальні проєкти та новини, які репрезентують ESG-зорієнтованість групи.

Отже, питання розбудови та підтримки комунікаційної взаємодії з інвесторами та партнерами на сьогодні є одним із ключових аспектів ефективної діяльності компаній. Така група громадськості потребує системного інформаційної забезпечення про роботу бізнес-організації, її результати та перспективи. Інформаційна відкритість у цьому напрямку є

важливою компонентою іміджу структури та формування її репутації. Існує низка інструментів для здійснення інформаційно-комунікаційної взаємодії такого типу (інтегровані річні звіти, ESG-стратегії, СВБ/КСВ, питання конфіденційності інформації, етичні кодекси/статути та комплаєнси). Формування інформаційних взаємин із цією групою стейкхолдерів на сьогодні є нагальною потребою для дійового функціонування компаній, а доступність до необхідної інформації стає платформою для конструювання довготривалих взаємовигідних та довірчих стосунків із громадськістю.

Список використаних джерел

1. ДТЕК. URL: https://dtek.com/about/
2. Глобальний договір ООН в Україні. URL: https://globalcompact.org.ua/pro-nas/gd-oon-v-ukraini/
3. Іпполітова І. Я., Ревенко О. В. Соціальна відповідальність бізнесу: стратегічний та інвестиційний аспекти. *Інфраструктура ринку.* Випуск 42. 2020. С. 176–181. URL: http://market-infr.od.ua/journals/2020/42_2020_ukr/32.pdf
4. Музиченко О. В. Стратегії соціально відповідального інвестування: еволюційний аспект. *Інвестиції: практика та досвід.* № 18. 2015. С. 22–27. URL: http://www.investplan.com.ua/pdf/18_2015/6.pdf

Гарань Н.С.,
кандидат педагогічних наук,
доцент кафедри педагогіки вищої школи
ДВНЗ «Донбаський державний педагогічний університет»
Україна, м. Слов'янськ

ДО ПРОБЛЕМИ ФОРМУВАННЯ ТА РОЗВИТКУ КРИТИЧНОГО МИСЛЕННЯ

Критичне мислення дозволяє людині сформулювати
власне судження про запропоновані
їй погляди або модель поведінки
Р. Джонсон

Сучасне українське суспільство живе в складних умовах війни, що відбувається на різних фронтах. Інформаційна війна ведеться безперервно та підступно, через усі доступні ресурси: телебачення, інтернет, мобільний зв'язок. Унаслідок надмірності та надзвичайної кількості трансльованого, людині катастрофічно бракує часу для спокійного сприйняття та вдумливого аналізу інформації. Саме тому особливого значення набуває питання формування та розвитку критичного мислення у майбутніх викладачів.

Ключовим моментом є важливість усвідомлення майбутнім викладачем вищої школи, що в епоху надшвидкої зміни технологій і технічних засобів, удосконалення потребує саме мислення людини. Постійне урізноманітнення професійної діяльності педагога вимагає формування дієвих навичок вільного орієнтування в інформаційному полі, критичного добору, осмислення та використання необхідних даних, фактів і відомостей.

Проаналізовані нами джерела засвідчують, що останніми роками науковцями приділяється достатньо уваги різним аспектам проблеми формування критичного мислення. Так, групою авторів було вивчено стратегію рольової гри, щоб визначити, чи сприяє вона ефективному формуванню критичного мислення та залученню студентів. Стенограми для обговорення були вивчені з онлайн-курсу біології, на якому займаються самостійно,

використовуючи чотири фазну модель когнітивної присутності Garrison et al. Отримані результати свідчать про те, що рольова інструктивна стратегія, що використовується в онлайн-дискусіях, підтримує залучення студентів та формує критичне мислення. Ця стратегія залучає студентів у світ контекстів і дозволяє їм досліджувати різні перспективи, взаємодіючі зі змістом, щоб відкрити нові знання та побудувати новий сенс. Проведене дослідження також підтверджує докази того, що письмові роздуми повинні бути включені при використанні стратегії рольової гри [1, с. 4–21].

Формування критичного мислення за допомогою інструментів інформаційних комунікаційних технологій (ІКТ) привернуло велику увагу дослідників і практиків у галузі викладання англійської мови до іншомовних студентів (TESOL). З метою вивчення того, чи може програма допомогти вдосконалити критичне мислення та як застосовуються інструменти ІКТ в TESOL для розвитку критичного мислення, було проведене систематичне дослідження. Результати показали, наступне: критичне мислення студентів та навички ESOL продемонстрували значне підвищення рівня при застосуванні інструментів ІКТ до TESOL; застосування ІКТ незбалансовано для різних навичок ESOL, а різні типи інструментів ІКТ по-різному впливають на формування критичного мислення [2].

В авторському дослідженні Stephen D. розглядається основний процес критичного мислення – припущення про те, що цей процес відрізняється залежно від контексту того, чого навчають, та різних інтелектуальних інформ-традицій. У праці викладено основний протокол критичного мислення як процес навчання, що зосереджується на розкритті та перевірці припущень, вивченні альтернативних перспектив та обґрунтованих дій. У публікації детально розглянуто той факт, що критичне мислення найкраще досвідчене як процес соціального навчання та наскільки важливо для викладачів моделювати процес для здобувачів освіти [3, с. 3–7].

У статті О. Пометун представлено аналіз положень різних поколінь дослідників критичного мислення щодо визначення його сутності, можливостей розвитку, дидактичних підходів у цій сфері. Показано, як змінювалось визначення критичного мислення з приєднанням до його вивчення філософів, методологів, психологів-біхевіористів, фахівців зі змісту освіти. Висвітлено спроби сучасних авторів пристосувати визначення й трактування поняття критичного мислення для досягнення певної педагогічної мети або конструювання певної педагогічної (освітньої) моделі. Розкрито роль таксономії навчальних цілей і результатів Б. Блума для розроблення методики розвитку критичного мислення засобами окремих предметів. Запропоновано власне визначення поняття, що дає змогу побудувати навчання як поетапне формування в учня потрібних мисленнєвих умінь з одночасною увагою до зміни характеристик самого процесу його мислення [7, с. 89–98]. Цікавим для нашого дослідження був науковий пошук групи авторів, в якому критичне мислення представлено як цілеспрямований процес мислення, що дає можливість здобувачам освіти сприймати, аналізувати, інтерпретувати, систематизувати, оцінювати інформацію, результат діяльності й обирати власну позицію, аргументувати власні думки й вчинки. Проаналізовано класифікації мислення за: характером виконуваних завдань; способом виконання завдань; рівнем новизни й оригінальності; функціями [6, с. 29–37].

У статті Тягло О. аргументовано, що у XXI столітті запити на критичне мислення визначаються потребами як політичної надбудови, так і продуктивних сил конкурентноздатного суспільства. Вміння критичного мислення слід розвивати у зв’язку з відповідними когнітивними й афективними диспозиціями, правильнішим є не обмежуватися навчанням, а виховувати критично мислячу особу, в якої вміння критичного мислення спиратиметься на підвалини відповідних диспозицій. Процес виховання критично мислячої особи, наприклад, у складі сукупності серцевинних для її праці вмінь, має охоплювати, щонайменше, дошкільну, шкільну й університетську освіту. Автором обґрунтовано, що за

умов української вищої школи в процесі виховання критичного мислення доцільно використовувати зв'язку двох курсів: логіки з елементами критичного мислення – у межах бакалаврату – і критичного мислення на основі логіки – у межах магістратури [8, с. 241-257].

Сучасними дослідниками критичне мислення визначається як здатність, що допомагає узагальнювати, аналізувати, оцінювати й актуалізувати інформацію [5]. Також дослідники зауважують на тому, що процес виховання критично мислячої особистості, в якої означене вміння спиратиметься на підвалини відповідних диспозицій у складі сукупності серцевинних для її праці вмінь, має охоплювати, щонайменше, дошкільну, шкільну й університетську освіту [8, с. 241].

Зауважимо, що застосування технологій критичного мислення під час викладання фахових дисциплін є надзвичайно важливим, у результаті чого в майбутніх викладачів вищої школи можуть бути успішно сформовані загальні та фахові компетентності [4, с. 83]. Під час лекційних і практичних занять у магістратурі активно застосовуються прийоми та методи: діалогічний, евристичний, дослідницький, а також «джигсоу», «ажурна пилка», «мікрофон», «шкала думок», «низка питань», «бінго», рефлексія тощо.

Самостійна робота у формі групових або індивідуальних проєктів також сприяє розвитку критичного мислення. Зібрану, опрацьовану, проаналізовану інформацію здобувачі перетворюють у квінтесенційний матеріал – це ефективна стратегія критичного мислення, коли зі значного обсягу виокремлюється найголовніше й оформлюється у певному вигляді з використанням інформаційних технологій і представленням власної точки зору. Розроблений проєкт презентується за допомогою технічних засобів та обговорюється на практичному занятті групою здобувачів.

Сформоване критичне мислення стане у нагоді здобувачам і допоможе майбутнім викладачам вищої школи успішно оцінювати, ефективно аналізувати інформацію, що сприятиме кращому розумінню та засвоєнню необхідних матеріалів, підвищить якість отриманих знань, розвине здібності до самоосвіти, допоможе у формуванні комунікативних навичок і професійних компетентностей. Підсумовуючи, зауважимо, що критичне мислення не є абсолютною панацеєю від фейків і брехливої інформації, але без нього можна залишитись беззахисним перед агресивною оманою, неправдивим, навмисним спотворенням дійсності та плітками, що активно розповсюджуються медіа й інтернет ресурсами.

Список використаних джерел

1. Berry Laurie A., Kowal, Kristin B. Effect of Role-Play in Online Discussions on Student Engagement and Critical Thinking. Online Learning . 2022. P. 421.
2. Dan Lu, Ya-Nan Xie Critical thinking cultivation in TESOL with ICT tools: a systematic review. Computer Assisted Language Learning. 2022. URL: https://doi.org/10.1080/09588221.2022.2033788
3. Stephen D. Teaching for Critical. Thinking Source Title: Handbook of Research on Educational Leadership and Research Methodology. Brookfield. USA. 2022. P. 17.
4. Данилова З. Лекція з використанням інструментарію критичного мислення. Сучасні освітні тенденції медіаграмотності та критичного мислення. Дніпро. 2020 р. С. 83.
5. Іващенко О. Критичне мислення як необхідна навичка сучасного фахівця. 17 червня 2022. Черкаський інститут пожежної безпеки ім. Героїв Чорнобиля НУЦЗУ. URL: https://is.gd/AQTReF
6. Лякішева А. Ретроспективний огляд поняття «критичне мислення». Педагогічні інновації: ідеї, реалії, перспективи. 2019. Вип. 1. С. 29–37. URL: http://nbuv.gov.ua/ UJRN/ped_in_2019_1_6.
7. Пометун О. Критичне мислення як педагогічний феномен. Український педагогічний журнал. 2018. № 2. С. 89–98. URL : http://nbuv.gov.ua/UJRN/ukrpj_2018_2_14.

8. Тягло О. Досвід засвоєння критичного мислення в українській вищій школі. Філософія освіти. Philosophy of Education: науковий часопис. Інститут вищої освіти НАПН України, НПУ ім. М. П. Драгоманова. Київ. 2017. № 2 (21). С. 240–257.

Іванець Т.О.,
кандидат філологічних наук, доцент,
доцент кафедри соціальних комунікацій та інформаційної діяльності
Запорізького національного університету;
Пирогова К.М.,
кандидат філологічних наук, доцент,
доцент кафедри соціальних комунікацій та інформаційної діяльності
Запорізького національного університету
Україна, м. Запоріжжя

РЕГІОНАЛЬНІ ВИННІ БРЕНДИ: СТРАТЕГІЧНЕ ПОЗИЦІОНУВАННЯ ЗАСОБАМИ РЕКЛАМИ

Нині для підприємств має велике значення просування бренду. Для того, щоб бути конкурентоспроможною компанією і будувати бізнес у довгостроковій перспективі, необхідно застосовувати низку інтегрованих маркетингових стратегій. В наш час для сучасного споживача важливо бути впевненим у стабільності кампанії і якості продукту. Ринок реклами є досі перенасиченим, тому на допомогу підприємствам приходять фахівці із сфери маркетингу. Неабияку роль відіграє інформація, яка створюється маркетингового фахівця, адже надалі лише від нього залежить, наскільки ефективно повідомлення про бренд або товар буде доведено до потенційного споживача. Інтегровані засоби комунікації є складовою маркетингової тактики, адже вони поєднують у собі усі методи просування певного товару.

Сьогодні сучасні тенденції просування мають місце у житті кожної людини. Ми звикли кожного дня чути слово «бренд», «реклама», «просування» тощо. Ці слова так чи інакше впливають на наші погляди, світогляд і на життя загалом.

Нині увесь світ користується мережею Інтернет, а соціальні мережі та пошукові програми дедалі більше набувають актуальності. За допомогою світового павутиння легко впроваджувати різноманітні засоби просування бренду та налагоджувати контакт із суспільством. «У сучасних умовах діджиталізації та розвитку інформаційно-комунікаційних технологій використання Інтернет мережі стає новою сферою життєдіяльності. Відбувається постійний розвиток інфраструктури всесвітньої павутини. Мережа Інтернет формує новітні реалії ведення бізнесу. Брендинг у соціальних мережах є не лише одним із ефективних способів формування прихильності до бренду, а й унікальним каналом зворотного зв'язку з клієнтами» [3, с. 192].

У науковій розвідці проаналізуємо як сучасні інтегровані процеси у якості зовнішньої та контекстної реклами впливають на формування та розвиток конкретного регіонального бренду, а саме запорізької ТМ «Вина Запоріжжя».

Актуальність роботи зумовлена необхідністю дослідити як сучасні засоби реклами можуть утворювати цілісну систему для комплексного просування винного продукту на регіональному ринку.

Кожен різновид реклами має свої особливості, зміст, форму, засоби підготовки та реалізації. За допомогою реклами її споживачі не лише мають формувати позитивне уявлення про товар або послугу певного бренду і бажання придбати щось, а й можуть дізнаватися ціни

і відстежувати їх рівень, знижки та акції, обізнані щодо появи нових товарів чи продуктів, орієнтуються щодо місцезнаходження бренду тощо.

Кожна рекламна дія певного бренду має три основні чітко визначені об'єкти впливу:

– об'єкт реклами (товар або послуга) – з точки зору виділення і демонстрації його переваг;

– адресат реклами – точне розуміння, для кого ця реклама, тобто цільової аудиторії;

– ефективність реклами – головний фактор, заради якого у рекламу вкладають кошти, тому завжди слід робити попередні прорахунки пропонованого прибутку від певного виду реклами.

Рекламні засоби в українському законодавстві визначаються як «засоби, що використовуються для доведення реклами до її споживача» [4].

Ф. Джефкінс наголошує, що потенціал Інтернету, на відмінну від інших комунікативних засобів (друкована реклама, телереклама, радіореклама тощо), значно більший завдяки безпосередності, гнучкості та інтерактивності цього засобу [6, с. 336; 2, с. 526]. Саме різновиди інтернет-реклами (контекстна, медійна, банерна, вірусна, SEO, просування в соціальних мережах) використовуються майже усіма українськими брендами як засіб просування. Контекстну рекламу можна побачити за результатами пошуку при використанні пошукової системи за конкретним запитом. Як зазначає Л. Романенко, «контекстна реклама надає можливість: налаштовувати таргетинг, тобто показувати оголошення цільовому сегменту ринку; здійснювати оцінку її ефективності, в швидкий термін досягати відповідних результатів, формувати та запускати інформацію (оголошення)» [5, с. 72].

Доволі точною є характеристика переваг використання інтернет-реклами за Н. Васильців: «відстеження результатів рекламної кампанії (у кліки, конверсії, онлайн-замовлення тощо); можливість коригування рекламної кампанії на будь-якому її етапі; можливість вибіркового впливу на аудиторію за допомогою таргетингу, вибору майданчиків для розміщення та інше. Якщо користувач виконує дію, що є ціллю реклами, досягається конверсія. Такою дією є клік на банер, онлайн-заявка, здійснення замовлення тощо. Для відстежування поведінки відвідувачів використовують Google Analytics та інші сервіси. Дуже зручно, коли відразу після розміщення реклами можна простежити реакцію користувачів на неї та зробити коригування для покращення результатів» [1, с. 92].

За вісім років існування на ринку, історія торгівельної марки «Вина Запоріжжя» бере свій початок з 2014 року, команда пережила чимало: відкрила власний завод з винного виробництва і магазин у Запоріжжі. Наразі команда складається з одинадцяти професіоналів: технологи, менеджери, логісти, маркетологи, продавці-консультанти, SMM-щики. Виробництво «Вина Запоріжжя» знаходиться в історичній частині міста Запоріжжя – Верхній Хортиці.

З метою впровадження винної культури у запорізькому регіоні, розвитку і просування торгівельної марки за декілька років після відкриття заводу було прийнято рішення підготувати приміщення для проведення екскурсій. У 2020 році в розвиток підприємств свій внесок здійснила пандемія коронавірусу, а в 2022 війна – людство було змушене змінити традиційний життєвий устрій та пристосуватися до нових стандартів, тому компанія «Вина Запоріжжя» розробила новий формат екскурсій на виноробню – онлайн-дегустацію. Під час локдауну кожен бажаючий з будь-якого куточку України може «відвідати» екскурсію онлайн і скуштувати вино, яке надсилається поштою.

У день проведення дегустації усім користувачам надавалося посилання на конференцію у zoom. Формат «онлайн» користується великим попитом та є актуальним і сьогодні.

Не можемо залишити без уваги і розвиток ТМ «Вина Запоріжжя» в медіа і соціальних мережах. На сьогодні, компанія має власний сайт, сторінку в Інстаграм і Фейсбук. Контент складає пізнавальну та розважальну інформацію.

У сучасних умовах розвивається малий і середній бізнес та торгівля через Інтернет, що сприяє розвитку Інтернет-реклами. Також їй властива цінова різноманітність, яка залежна від місця розміщення реклами, але загалом реклама в Інтернеті має меншу вартість на відміну від більшості видів медіареклами [7, с. 505]. Завдяки цьому основні товари відображені на сайті.

Ми можемо чітко спостерігати, як ТМ «Вина Запоріжжя» подає продукцію на власному сайті. Торговельна марка «Вина Запоріжжя» має офіційний сайт [URL: https://vino-zp.com.ua/ua/], на якому представлена актуальна інформація про роботу магазина, є 6 вкладок, завдяки яким можна детально ознайомитись із необхідною інформацією. На вкладці «Головна» представлена актуальна інформація про екскурсію на винзавод, найпопулярніші вина і візитівка ТМ «Вина Запоріжжя». Вкладка «Виробництво» містить детальну інформацію про сорти винограду, який використовується для виробництва продукції і, безпосередньо, технологія виробництва. Асортимент продукції та її вартість можна переглянути за допомогою вкладки «Вина». Зручною є кнопка «Замовити», в один клік за декілька хвилин можна оформити замовлення.

Основним засобом просування продукції ТМ «Вина Запоріжжя» використовують екскурсії. На сайті є окрема вкладка «Екскурсії», де є багато інформації: відео, вказані дати екскурсій, номер телефону, за допомогою якого можна дізнатися подробиці, ціна екскурсії і детальна інформація про сам захід. Цей метод просування компанія використовує вже понад три роки. Даний хід можна розцінити не тільки як засіб просування бренду і власної продукції, а і як спробу вийти на більш перспективний рівень розвитку компанії і торгівельної марки.

Реклама торгівельної марки «Вина Запоріжжя», яка розповсюджується шляхом екскурсій, інформує більшість аудиторії про нові товари і викликає інтерес до підприємства. Вона реалізує одну із головних функцій у розвитку економіки.

Якщо брати до уваги наповненість сайту, то є візитівка підприємства, інформація про виробництво, контакти, адреса, новини і дані про екскурсії. «Новини» – це інформація про заходи, конкурси та свята, таким чином, підприємство піклується про споживача, і надає йому необхідне повідомлення. Представлена інформація на сайті не є повністю актуальною, тому що, наприклад, остання публікація новин датується минулим роком. Інформація про екскурсії є актуальною, контакти і адреса – також. Рекламна активність простежується через посилання на соціальні мережі, номер телефону, загальну інформацію про виробництво і компанію, а також позиціонування продукції.

Якщо брати до уваги пошук ТМ «Вина Запоріжжя» в Google, то в результаті з’являється посилання на офіційний сайт компанії, показана карта і контакти підприємства.

Маркетинговий відділ ТМ «Вина Запоріжжя», безпосередньо, відповідає за формування, регулювання й управління громадською думкою за допомогою:

- активного спілкування із людьми (в соціальних мережах, в телефонному режимі);
- опитування людей (за допомогою соціальних мереж);
- проведення заходів із залученням широкої аудиторії (екскурсії на виноробню);
- співпраці із ЗМІ та інфлюєнсерами.

Задля забезпечення діяльності організації в інтересах громадськості, ТМ «Вина Запоріжжя» інформує аудиторію про знижки на продукцію. Передбачення та прогнозування тенденцій розвитку просування методом реклами здійснюється шляхами створення та перегляду стратегії з просування, постійного аналізу стану підприємства і результатів рекламної кампанії.

Понад 80% українських інтернет-користувачів використовують соціальні мережі, вже важко уявити життя без них, тому і маркетинг переорієнтовується на соціальні медіа. Маркетинг у соціальних мережах – це, безумовно, цікавий і модний напрям маркетингу [2]. Сьогодні рекламна діяльність в Україні набула особливого значення та заполонила сучасний

медіа-простір. Соціальні мережі не є виключенням, адже вони користуються неабияким попитом у маркетинговій діяльності. Це і не дивно, оскільки даний інструмент реклами дає змогу привернути увагу до бренду і його продукту. Соціальні мережі дозволяють залучити якомога більше потенційних споживачів.

Торгівельна марка «Вина Запоріжжя» не виключення, адже компанія активно користується соціальними мережами в межах рекламної кампанії. Варто додати, що ТМ «Вина Запоріжжя» вийшла на регіональний ринок як бренд власного крафтового виробництва вина і має два магазини: «Вина Запоріжжя» і «Graevo». Наразі компанія «Вина Запоріжжя» активно просуває свою продукцію в соціальних мережах Instagram і Facebook під назвою «Graevo». В якості методу просування використовують таргетовану рекламу.

Акаунт «Graevo» в мережі Instagram є достатньо активним, оскільки ми можемо спостерігати динаміку його розвитку. Основними складовими цієї динаміки є: інтерактивність, економічність і можливість швидко отримувати показники рекламної кампанії. Щоденна робота із аудиторією підтримує інтерес і довіру з боку споживачів, а ефект присутності має позитивний вплив на впізнаваність бренду. Правильне налаштування таргетованої реклами і підтримання постійного зв'язку із клієнтами показують стабільний розвиток рекламної кампанії в межах соціальних мереж.

Якщо брати до уваги акаунт у мережі Facebook, то динаміка розвитку є значно слабшою. Facebook, насамперед, використовується для підключення таргетованої реклами Instagram. Сторінка «Graevo» виглядає максимально просто, але наповнено, простежується динаміка інфографіки – постинг відбувається з періодичністю в два-три дні, представлена актуальна інформація.

Якщо аналізувати соціальні мережі ТМ «Вина Запоріжжя» на предмет таргетованої реклами, то можна із впевненістю сказати, що працюють професіонали з царини маркетингу. Якщо порушувати питання бюджету, то SEO-спеціалісти торгівельної марки «Вина Запоріжжя» підключають таргетовану рекламу в Instagram двічі на тиждень по три дні. Як показує практика, даний метод рекламної кампанії виправдовує витрати.

ТМ «Вина Запоріжжя» у Facebook використовує розважальний та діловий контент приблизно у рівнозначному обсязі. Динаміка розвитку презентує, що найефективнішою вважається реклама у стрічці новин. Реклама взаємодіє із контентом, який складається зі сторінок груп та людей, на які підписаний користувач. Основне завдання, яке вирішує маркетинговий відділ – таргетувати правильно: підбирати зображення і писати тексти за змістом, підбирати час для публікації постів, робити аналіз просування засобами реклами у соціальних мережах і оцінювати фідбек від аудиторії.

Запорукою успіху реклами бренду «Вина Запоріжжя» є її оформлення: якісні зображення, помітні заголовки, конкретні пропозиції (умови акцій, знижок і бонусів), які збільшують ефективність реклами у кілька разів.

Торгова марка «Вина Запоріжжя» також користується рекламними послугами засобів масової інформації і просуває продукцію на сайтах запорізьких видань. Комплексне просування бренду характеризується як комунікаційна програма, яка налагоджує взаємини між компанією та споживачем і поєднує засоби реклами, прямого маркетингу, і особистих продажів.

ТМ «Вина Запоріжжя» використовує банери в мережі Інтернет, які містять іміджеву інформацію. Якщо аналізувати банери компанії, то, насамперед, вони не продають товар, але у будь-якому випадку, можуть продати сайт. Завдання товарної комунікації полягає не в демонстрації банеру, а в привернення уваги аудиторії на ресурс рекламованої продукції. Для аналізу недостатньо оцінювати тільки відвідуваність сайту, важливим елементом є якість аудиторії. Оскільки пропонована продукція і послуги є спеціалізованими, то аудиторія автоматично стає вужчою. Приділяється особлива увага тій сторінці, на яку користувач

потрапляє після переходу на сайт. Вона є основним носієм комунікації, і важливою є не форма подачі у формі банеру, а її зміст. Таким чином, рекламне повідомлення ТМ «Вина Запоріжжя» привертає увагу більшості аудиторії і сприяє подальшій взаємодії із потенційним споживачем і збільшенню продажів продукції та послуг.

Зовнішня реклама є універсальною, оскільки відрізняється від усіх інших засобів реклами своєю багатогранністю, адже до неї можна віднести плакати, рекламу в або на громадському транспорті, брошури тощо. Для ТМ «Вина Запоріжжя» зовнішня реклама виступає важливим елементом, завдяки своїй масивності, креативності і розміщенню цей вид рекламної комунікації неабияк впливає на свідомість аудиторії, оскільки привертає увагу до бренду. Реклама торгової марки «Вина Запоріжжя» використовується на місці продажу, зокрема спостерігаємо сіті-лайт в 100 метрах від магазину. Конструкція сіті-лайта містить два плакати з кожної сторони. Реклама розрахована на пішохідний та транспортний потоки. Такий канал комунікації дозволяє закріпити емоційне враження на людей, які проходять або проїжджають мимо, в результаті це працює як «приманка». Практика показує, що до використання зовнішньої реклами відвідувачів магазину було значно менше, а отже, це впливало і на прибутки компанії. Для ТМ «Вина Запоріжжя» такий вид реклами є найефективнішим, адже він дозволяє привернути увагу місцевих жителів і спонукає їх до здійснення покупки рекламованої продукції.

Проаналізувавши просування засобами реклами торгівельної марки «Вина Запоріжжя», можна зробити висновок, що такі зусилля мають бути наявними як у сфері виробництва, так і у сфері торгівлі. Тісний контакт виробництва і споживання обумовлює ринок. Для здійснення просування продукції і подальших продажів ТМ «Вина Запоріжжя» необхідно розуміти стан попиту споживачів. У цьому випадку реклама, безпосередньо, є з'єднуючою частиною ринку, оскільки розповсюджуючи інформацію про наявність продуктів і послуг, вона бере участь у формуванні товарної пропозиції і попиту. Ведення маркетингової діяльності не обмежується лише пропозиціями найкращого товару за прийнятною ціною. До аудиторії постійно доноситься інформація про матеріальні і соціальні переваги, які на нього чекають у разі обслуговування в компанії «Вина Запоріжжя».

Аналізуючи діяльність рекламного відділу, можна прийти до висновку, що вона спрямована саме на досягання позитивного результату шляхом успішного просування інтегрованими засобами для збільшення прибутку і впізнаваності компанії. У випадку ТМ «Вина Запоріжжя» реклама – це ефективний процес донесення інформації про продукцію і послуги від виробника до споживача, адже компанія використовує безліч видів реклами: зовнішня, контекстна, таргетована, масова й інтерактивна. Усі п'ять способів просування взаємодіють між собою, у результаті це формує ефект синергії у вигляді інтегрованих засобів. Наявність інтеграційних ідей маркетингового відділу ТМ «Вина Запоріжжя» створюють важливі умови, які гарантують розвиток всіх рекламних процесів. Такий ефект дозволяє підвищити результативність впроваджених методів, збільшити інтерес аудиторії до компанії, досягти нових можливостей взаємодії із клієнтами і, безумовно, примножити прибутки торгівельної марки «Вина Запоріжжя».

Список використаних джерел

1. Васильців Н.М. Digital-реклама як один з основних складників рекламно-комунікаційного ринку. Бізнес-навігатор, 2020. Вип. 1 (57). С. 90–95.

2. Джефкінс Ф. Реклама. Київ : Знання, 2008. 565 с.

3. Нянько В. М. Сучасні інструменти інтернет-маркетингу щодо просування бренду та особливості використання статистичних параметрів. Статистичні методи та інформаційні технології аналізу соціально-економічного розвитку : збірник наукових праць XX

Міжнародної наукової практичної конференції. Хмельницький університет управління та права ім. Леоніда Юзькова. Хмельницький, 2020. С. 190–196.

4. Про рекламу : Закон України від 03.07.1996 №270/96-ВР. URL: https: zakon.rada.gov.ua

5. Романенко Л. Ф. Інтернет-реклама: її види та інструменти. Соціально-економічні проблеми сучасного періоду України. 2017. №. 1. С. 71–73.

6. Тирон І. В. Вербальні та невербальні засоби реклами в соціальній мережі Twitter. Мовні і концептуальні картини світу. Київ, 2015. Випуск 55. С. 336–341.

7. Хамініч С. Ю. Інтернет-реклама як основний чинник просування товару в сучасних умовах. Глобальні та національні проблеми економіки. 2015. № 7. С. 504–507.

Коваленко Є.В.,
магістрантка спеціальності «Міжнародні економічні відносини»
Національного університету «Запорізька політехніка»;
Онуфрієнко Г.С.,
доктор філософії у філологічних науках, доцент,
доцент кафедри українознавства та загальної мовної підготовки
Національного університету «Запорізька політехніка»
Україна, м. Запоріжжя

СТУДЕНТСЬКІ НАУКОВІ КОНФЕРЕНЦІЇ ДО ДНЯ УКРАЇНСЬКОЇ ПИСЕМНОСТІ ТА МОВИ ЯК АКТУАЛЬНИЙ ЧИННИК РОЗВИТКУ КОГНІТИВНО-МОВЛЕННЄВИХ ЗДІБНОСТЕЙ ОСОБИСТОСТІ У СУЧАСНИХ ЗВО

Інтенсивний розвиток технологій, що відбувається в останні десятиліття, актуалізація в усіх сферах суспільства і світового простору процесів цифровізації та комп'ютеризації, масштабна інформатизація в інтернет ресурсах та соціальних мережах помітно вплинули на сучасне життя індивіда, його мисленнєво-мовленнєву діяльність та соціальні комунікації в цілому. Це позначилося і на пріоритетах сучасного покоління студентів, яке вирізняється від попередніх поколінь університетської молоді не тільки глибшим та масштабнішим залученням до простору цифрового спілкування, але і різким спадом потреб в усному вербальному контактуванні. Скеровані на пошуки перспектив самоактуалізації та самореалізації в соціумі, випускники ЗВО наразі все ясніше усвідомлюють, що постала на часі потреба в таких бакалаврах і магістрах, котрі не тільки готові до здійснення професійної діяльності у відповідності до посадових обов'язків та вимог щодо якості розв'язання різної складності професійних завдань, а й здатні самостійно бачити приховані проблеми й передбачати ті, що назріватимуть, розробляти алгоритми і вмотивовано визначати оптимальні варіанти рішення, знаходити принципово нові й креативні рішення.

Навчально-пізнавальна діяльність студентів у ЗВО пов'язана з вирішенням стандартних і нестандартних проблем, для чого кожному з них потрібно шляхом опанування теоретичних засад та набуття комплексних практичних умінь за обраною спеціальністю сформувати персональну інтегральну компетентність. І якщо стандартні/типові теоретико-практичні проблеми вимагають від студентів відповідних репродуктивних здібностей, то розв'язання нестандартних проблем пов'язане з їх творчими здібностями, формування та розвиток яких цілком реальні в процесі як підготовки наукових доповідей, так і оприлюднення їх на студентських наукових конференціях (СНК), у тому числі під час дискусій та обговорень матеріалів доповідей. Завдяки цьому відбувається самостійне набуття нових наукових знань, упорядкування засвоєних наукових понять та термінів, формування комплексу

багатофункційних умінь, серед яких пріоритетні в сучасному соціумі – рефлексивна культура та когнітивно-мовленнєві здібності особистості.

Різні аспекти наукової діяльності студентів аналізували у своїх працях українські дослідники В. Бовт, Т. Голуб, М. Дронь, М. Ковальський, К. Левківський, О. Повідайчик, Т. Семакова, М. Чепіга, В. Яремчук та інші. Окремі питання активізації науково-дослідної роботи студентів з українського мовознавства та термінознавства висвітлено в публікаціях таких університетських науковців, як П. Білоусенко, С. Богдан, Ж. Колоїз, Г. Онуфрієнко, Р. Пащук та інші. Мета цієї наукової розвідки – визначити потенціал та висвітлити практичну значущість унікального і доступного освітньо-наукового ресурсу в удосконаленні когнітивно-мовленнєвих здібностей студентів бакалаврату та магістратури ЗВО на прикладі успішного багаторічного досвіду НУ «Запорізька політехніка» у двоформатній (офлайн/онлайн) організації міжвишівських СНК до Дня української писемності та мови.

Питання комплексного вимірювання результативності організовуваних у ЗВО різного рівня СНК наразі набуває зростаючої актуальності, адже цей вид науково-дослідної діяльності (НДД), здійснюваної у ЗВО, наочно демонструє співпрацю професорсько-викладацького складу закладу і здобувачів вищої освіти та одержані результати вивчення перспективної наукової проблематики в тій чи іншій галузі знання, а відтак відкриваються шляхи для створення нових траєкторій здобуття в індивідуальному форматі вищої освіти з урахуванням наукових досягнень студентів і магістрантів. Результативність СНК у ЗВО підлягає вимірюванню комплексом взаємопов'язаних індикаторів, серед яких – квантитативний (кількість учасників-студентів, яких спеціальностей, курсів, факультетів, ЗВО, країн; тривалість СНК у часі; кількість секцій, локацій; кількість культурологічних заходів у програмі тощо); квалітативний (якісний склад наукових керівників/співдоповідачів; найактуальніші теми доповідей; найкращі за змістом доповіді; найкраща віртуальна презентація; використані сучасні методи наукового дослідження; використана наочність та інтерактивні методи; найактивніші учасники круглих столів та конференції в цілому; якість рівня організаційної підготовки конференції; відгуки учасників про конференцію; інтегрованість конференції до національної та світової наукової спільноти; відбиття матеріалів та результатів конференції у мас-медійному просторі та в наукових публікаціях тощо). Тож об'єктивне оцінювання результативності СНК як чинника розвитку когнітивно-мовленнєвих здібностей особистості студента можливе саме в такому інтегративному вимірі, коли продукується сукупний продукт колективної НДД, де обов'язковими складниками є кількість та якісний склад учасників, когнітивний, виховний та мовнокомунікативний потенціали тематики та проблематики конференції, висвітлення наукових здобутків доповідачів, інноваційний компонент у виголошених доповідях, організаційний аспект, публікаційні перспективи досягнутого студентами.

Зазвичай СНК розглядаються як регламентований простір наукової комунікації, хоча в ньому передбачені й локації для довільного та невимушеного обміну новою, цікавою, дотичною інформацією, зокрема, це спілкування за круглим столом, діалоги під час міжсекційних перерв. Традиція університетського масштабу СНК до Дня української писемності та мови в НУ «Запорізька політехніка» стартувала ще у 2004 році з ініціативи відповідальної за наукову роботу кафедри ЗМП доцентки Галини Онуфрієнко. Тематика цих щорічних СНК вирізняється різноманітністю та актуальністю, міжпредметними зв'язками та спрямованістю на виконувану кафедральну НДР з українського мовознавства, своїми збільшуваними масштабами та вагомим когнітивним, просвітницьким, культурологічним, патріотичним потенціалом [1]. Більшість учасників СНК від Запорізької політехніки – це студенти різних спеціальностей як гуманітарного факультету, так і факультетів соціальних наук, електротехнічного, будівництва, архітектури і дизайну, транспортного, економіки та управління. Учасники кожної СНК вчаться активно та в етичних координатах взаємоповаги і

толерантності обговорювати актуальні питання щодо особливостей функціювання української мови в різних регіонах країни, у суспільстві в цілому та в різних сферах професійної діяльності на сучасному етапі.

Безпосередньо забезпечуючи інтеграцію наукової та освітньої діяльності, СНК сприяють практичній спрямованості різноманітних науково-дослідних досліджень, які проводить професорсько-викладацький склад університету, а також надають студентам широких можливостей у реалізації персонального творчого потенціалу та набуття досвіду публічної комунікації. В наш час СНК є тією унікальною за своїми можливостями науково-освітньою платформою, де в процесі колективної та міжособистісної мовної комунікації у доступних для учасників форматах монологу, полілогу, діалогу, круглого столу відбувається процес пошуку нових знань, сприйняття інформації під різними кутами зору, систематизація й порівняння пізнаного, глибше осмислення актуальних наукових проблем. Маючи практично необмежений ресурс завдяки об'єднанню потоків наукової інформації від різних учасників та різних наукових шкіл, представлених значною кількістю фахівців на конференції, СНК результують не тільки синергетичним ефектом наукової співпраці, але й підвищують продуктивність наукової діяльності особистості загалом.

Якнайважливіші питання для українського соціуму порушувалися на пленарних та секційних засіданнях усіх проведених СНК у Запорізькій політехніці, зокрема: особливості функціювання термінів у сфері мас-медіа, еволюційні тенденції в мові і комунікація, культура мовної комунікації на різних локаціях професійно-ділової сфери, особливості перекладу наукової інформації, складні випадки перекладу в сучасних термінологічних словниках, лексичні проблеми перекладу науково-технічної літератури (на матеріалі різних субмов), галузева термінолексика у сфері професійно-ділової документації, історичні витоки та теоретичні засади мовної комунікації, діловий етикет у мовній культурі різних країн світу, традиції та особливості українського вербального етикету, історичні витоки публічного мовлення в Україні, особливості публічних презентацій в різних професійних дискурсах, наукова взаємодія кафедр НУ «Запорізька політехніка» з іншими українськими вишами, комунікація засобами державної мови в сучасному українському соціумі тощо [3].

У рамках кожної організовуваної СНК оргкомітет розробляв у відповідності до проблематики конференції цікаву, корисну й насичену культурну програму, задіюючи кожного разу цілий комплекс сучасних різноманітних культурологічних ресурсів, у тому числі доступні інтернет можливості. Зокрема, організовано екскурсії до університетського музею історії технічного прогресу та творчі зустрічі із запорізькими народними майстринями, огляди книжкових експозицій з новими виданнями про українську наукову мову і риторичну культуру фахівця та знайомство з новими навчальними перекладними словниками для студентів різних спеціальностей, відвідування вистав за п'єсами українських драматургів у Запорізькому академічному обласному українському музично-драматичному театрі імені Володимира Магара та експозицій Запорізького обласного художнього музею, віртуальні виставки, круглі столи, вікторини, творчі змагання на кращий публічний виступ тощо, що все разом сприяло суттєвому розширенню когнітивного, мовнокомунікативного та культурологічного досвіду особистості студента. Відтак кожен доповідач на СНК отримував для опановування вагомий когнітивний ресурс, набував персональний безцінний досвід як живого публічного монологу українською мовою без зачитування тексту з аркуша чи екрану [4], так і публічного полілогу й дискусії. Для багатьох учасників-першокурсників цей досвід наукової публічної комунікації був дійсно першим і незабутнім особливо під час відповідей на різні запитання, часом складні і не очікувані ними, та участі в обговоренні проблем, коректно висловлюваної точки зору. Кожен з учасників СНК вчився також уважно і повністю вислуховувати виступи інших, а це є важливим в усіх без винятку професіях. Для багатьох зі студентів активна участь у СНК – це реальний шанс перевірити в усній комунікації набуті

знання і вміння з української літературної мови, самостійно зробити оригінальну презентацію, приборкавши своє природне хвилювання, нарешті, "розпізнати" в собі якості дослідника і на другому-третьому курсі бакалаврату підготувати наукову роботу українською мовою, наприклад, для участі в одній з номінацій обласного конкурсу обдарованої молоді. Науковому становленню студентів для успішної участі в СНК активно допомагали наукові керівники на щотижневих консультаціях поза заняттями та під час тренінгу публічного виступу. Наукову і психологічну підтримку студентам на СНК постійно надавали керівники секційних і пленарних засідань. Створювана організаторами СНК атмосфера коректної, творчої і продуктивної співпраці з пріоритетом знань, умінь та етики й естетики вербальної комунікації сприяла ефективності обговорення актуальних проблем сучасного професійного спілкування.

Отже, майже два десятиліття поспіль Запорізька політехніка надає студентам усіх факультетів та спеціальностей унікальну можливість – брати, починаючи з першого семестру свого навчання в університеті, найактивнішу участь у СНК до Дня української писемності та мови, а саме: готувати офлайн та онлайн наочні матеріали для своєї наукової доповіді, публічно виступати з науковою інформацією, долучатися до наукових дискусій, суттєво розширювати свій науковий світогляд, збагачувати свій лексикон новими термінами, вдосконалювати техніку і культуру власного мовлення, активно й уважно сприймати на слух весь зміст доповіді, занотовувати й систематизовувати важливе персонально для себе та обраної професії, коректно ставити запитання доповідачам та вмотивовано висловлювати свою точку зору, об'єктивно й неупереджено підсумовувати почуте у виступах, помічати нюанси обговорюваних проблем, аналізувати власне мовлення та свою мовнокомунікативну поведінку. У такий спосіб участі в СНК студенти мають змогу набувати потрібний в обраній професії та в сучасному українському соціумі в цілому досвід цивілізованої мовної комунікації, попит на яку наразі є високим у всьому світі в умовах зростання потреб міжкультурної комунікації. Участь у конференціях допомагає також знайти і нових друзів, і цікавих співрозмовників та збагачує новими знаннями з різних наук і сфер, важливим досвідом і практичними вміннями, надихає на бажання займатися надалі науковою роботою, зокрема, досліджувати мовні та мовленнєві проблеми, активніше опановувати міжнародні мови, впевненіше користуватися засобами української наукової мови, постійно вдосконалюючи своє мовлення задля якісної комунікації [5]. Такою траєкторією розпочинається для багатьох тернистий шлях на другий освітній рівень – в магістратуру, успішне закінчення якої відкриє двері в аспірантуру, третій освітньо-науковий рівень, та цікаву науково-дослідну творчість.

Всеукраїнські й міжнародні СНК, регіональні й міжвишівські за міжнародною участю, що проводяться щороку в Запорізькій політехніці, є складною багатоплановою публічною подією, яка потребує ретельного планування, управління, якісної організації та об'єктивного оцінювання. Розвиток економіки знань створює нагальні потреби розроблення питань щодо різнопараметрального вимірювання результативності студентських наукових конференцій та круглих столів. СНК – важливий і гнучкий інструмент фундаментальної вищої освіти відповідно до сучасних вимог її якості, який дозволяє активізувати в сукупності наукову, освітню й інноваційну діяльність, тим самим покращити академічну репутацію університету, його факультетів і кафедр та прямо залежну від цього конкурентоспроможність закладу на ринку освітніх і наукових послуг у соціумі. Розвиток когнітивно-мовленнєвих здібностей особистості студента завдяки залученню до участі в СНК різного формату і масштабу, починаючи від університетського їх рівня і до конференцій міжнародного статусу, сприятиме формуванню потенціалу молодої наукової еліти суспільства цивілізованої комунікації [2]. Утвердження традиції щорічного проведення багатосекційних і кількаденних (тиждень, декада) СНК до Дня української писемності та мови в Запорізькій політехніці активно, поступово й невпинно сприяє розвиткові творчих та когнітивно-мовленнєвих здібностей

особистості сучасного студента, на що спрямована сучасна фундаментальна вища освіта у світовому та європейському вимірах.

Список використаних джерел

1. Онуфрієнко Г.С. Лінгвістична компетенція як вагомий гарант інтелектуалізму студентської молоді в розвитку її творчих здібностей. Науково-дослідна робота студентів: аспект формування особистості майбутнього вченого, фахівця високої кваліфікації : зб. матеріалів І Міжнар. наук.-практ. конф. Запоріжжя : ЗНТУ, 2002. С. 26–30.

2. Онуфрієнко Г.С. Мовно-риторична компетентність випускників ЗВО як умова розбудови суспільства цивілізованої комунікації. Передові освітні практики: Україна, Європа, Світ : зб. тез доп. міжнар. наук.-практ. конф. Київ : Педагогічна думка, 2019. С. 165–167.

3. Онуфрієнко Г. С., Коваленко Є. В. Наукові конференції як потужний інтегративний ресурс удосконалення мовнокомунікативної компетентності здобувачів вищої освіти. Тиждень науки-2022. Тези доповідей наук.-практ. конф., Запоріжжя, 18–22 квітня 2022 р. / редкол. : В. В. Наумик (відпов. ред.) Електрон. дані. Запоріжжя : НУ «Запорізька політехніка», 2022. 1 електрон. опт. диск (DVD-ROM); 12 см. Назва з тит. екрана. С. 1289–1291.

4. Onufrienko H. S., Kovalenko Y. V. Text format of the scientific report for the conference and abstracts of this report: common and different. *Modern problems in science.* Proceedings of the XIX International Scientific and Practical Conference. Vancouver, Canada. 2022. Pp. 626–629.

5. Інженер-машинобудівник. Газета Національного університету «Запорізька політехніка» (18 грудня 2020 р.) URL: https://zntu.edu.ua/projects/newspaper/uploads/2020/me-08-18122020.pdf

6. Інженер-машинобудівник. Газета Національного університету «Запорізька політехніка» (28 лютого 2020 р.). URL: https://zntu.edu.ua/projects/newspaper/uploads/2020/me-01-28022020.pdf

7. Інженер-машинобудівник. Газета Національного університету «Запорізька політехніка» (28 грудня 2018 р.). URL: https://zntu.edu.ua/projects/newspaper/uploads/2018/me-02-28122018.pdf

Ковпак В.А.,
доктор наук із соціальних комунікацій,
доцент, професор кафедри соціальних комунікацій
та інформаційної діяльності факультету журналістики
Запорізького національного університету
Україна, м. Запоріжжя

ПУБЛІЧНІ КОНСУЛЬТАЦІЇ ТА КРАУДСОРСИНГОВІ ПРОЄКТИ ЯК АКТУАЛЬНИЙ СПОСІБ КОМУНІКАЦІЇ ТА СПІВПРАЦІ ЧЕРЕЗ ОПРАЦЮВАННЯ ВЕЛИКИХ ДАНИХ

В умовах інформаційної війни та повномасштабного вторгнення росії в Україну питання доступу до даних набуло статусу національної безпеки (зокрема, кібератаки на основні державні реєстри та портали для перешкоджання роботи, публікації фейкових звернень, викрадення даних тощо) та, разом із тим, механізму ефективної співпраці держави та громадян (наприклад, краудсорсинг у форматах роботи чат-ботів, опитувань через гугл-форму тощо).

Мета розвідки полягає у виявленні актуального способу комунікації та співпраці з громадянами через опрацювання великих даних на прикладах актуальних платформ, зокрема публічних консультацій та проєкту «Канцелярська сотня».

Поставлена мета передбачає розв'язання таких завдань:

- охарактеризувати діахронічний та законодавчий аспект відкритих даних у контексті сучасних інформаційних ресурсів;
- опис практик реалізації комунікації та співпраці з громадянами через опрацювання великих даних на прикладах актуальних платформ, зокрема публічних консультацій та проєкту «Канцелярська сотня».

Генеза питання сягає середини 60-х років, коли у рамках підготовки до Міжнародного геофізичного року у 1957–1958 роках був сформований Світовий центр даних (нині – Всесвітня система даних), де викристалізувалася концепція відкритих даних, що як «термін вперше з'явився у 1995 р. у документі Американського наукового агентства, в якому йшлося про необхідність відкриття екологічних і геофізичних даних для дослідження глобального навколишнього середовища, яке виходить за межі національних кордонів» [1], що, відповідно, вимагало вільного поширення даних та обміну ними на міжнародному рівні з оплатою лише за вартість відтворення і поширення. Відкриті дані в контексті сучасних інформаційних ресурсів, як зауважила лауреат Нобелівської премії з економіки (2009 р.) Елінор Остром, є «суспільними благами нового типу, використання яких не виснажує загальний запас, а навпаки – збагачує його» [цит. за 2].

Закон України «Про доступ до публічної інформації» № 2939-VI від 13.01.2011 регламентує питання відкритих даних таким чином: «Публічна інформація у формі відкритих даних – це публічна інформація у форматі, що дозволяє її автоматизоване оброблення електронними засобами, вільний та безоплатний доступ до неї, а також її подальше використання. Публічна інформація у формі відкритих даних є дозволеною для її подальшого вільного використання та поширення. Будь-яка особа може вільно копіювати, публікувати, поширювати, використовувати, у тому числі в комерційних цілях, у поєднанні з іншою інформацією або шляхом включення до складу власного продукту, публічну інформацію у формі відкритих даних з обов'язковим посиланням на джерело отримання такої інформації» [3]. Формат даних залежить від типу даних, наприклад структуровані дані надають у форматах: rdf*, xml*, json*, csv*, xls(x), ods*, yaml*, графічні: gif*, tiff, jpg (jpeg)*, png* та інші.

Серед найефективніших платформ, що використовують відкриті дані, варто згадати «Канцелярську сотню», «яка розробляє успішні проєкти у сфері прозорості та протидії корупції, використовуючи відкриті дані і NLP» [4]. Наприклад, для відновлення документів В. Януковича та С. Курченка, що було знищено руками або пропущено через шредер та перемішано, було запущено процес відсканування шматочків документів волонтерами із застосуванням технології Computer Vision. Із відкриттям Міністерством юстиції реєстру нерухомості у січні 2015 року запрацював проєкт «Гарна хата», що «дало можливість відправляти запит із адресою і за невеликі гроші (17 грн) отримувати інформацію, хто має право власності на це житло…спочатку за допомогою краудсорсингу дослідили найбільш елітні адреси Києва – закриті вулички, новітні будівлі в історичній зоні, найдорожчі мікрорайони. Заплатили кошти, зібрали виписки з цих адрес, потім обробили ці дані, перевели їх у машиночитний формат… видалили особисті дані та виклали цей датасет у вільний доступ на сайт проєкту» [4]. Масове оцифрування декларацій українських чиновників, що розпочалося у зв'язку із необхідністю перевірки декларацій, яку мав робити ДФС, у процесі люстраційної перевірки (зокрема, у 2014 році Громадський люстраційний комітет оприлюднив паперові декларації), сформував у проєкті потужний датасет, адже надійшло більше 3 тис. декларацій у PDF з різних джерел, різних за параметрами, з некоректними назвами, а в результаті був створений сайт declarations.com.ua, де організували повноцінний пошук за

даними з декларацій. «Ми замінили Google-форму для волонтерів на більш зручний інструмент – платформу для краудсорсингу під назвою “Вулик”, яку розробили самостійно. Вона включала в себе більш зручну форму з безліччю перевірок, підказок, корекцій, автозаповненням. Таким чином, за 2 роки ми розшифрували вручну більше 20 000 декларацій за допомогою 3 тис. волонтерів та 2 редакторів…Так було зібрано перший в Україні відкритий машиночитний датасет з інформацією про доходи та статки чиновників», – зазначає Д. Чаплинський, волонтер «Канцелярської сотні» [4]. Безперечно, ці дані стали незамінним інформаційним джерелом для журналістів-розслідувачів.

У контексті залучення громадськості та збору великих даних, високоякісних та актуальних, щодо концепції впровадженої політики, нового законопроєкту, упровадження нової послуги чи розробки проєкту значну роль відіграють публічні консультації як «формальний циклічний процес, ініційований урядом, у межах якого проінформовані громадяни беруть участь у змістовних дискусіях з метою впливу на політику уряду щодо питань, які їх (стейкхолдерів) стосуються» [5]. Зокрема, складники консультацій можна розглядати як дані, а саме: поставлені запитання; надані учасниками відповіді; характеристики консультацій, наприклад, дата, час та місце проведення заходу або кількість учасників офлайн- та онлайн-консультацій; інформація про учасників, зокрема ім’я, вік, стать тощо.

	Інформування	Консультування	Залучення	Співпраця	Надання повноважень
Мета	Надання громадськості збалансованої та об'єктивної інформації, щоб допомогти зрозуміти проблему, альтернативи, можливості та / або рішення.	Отримання зворотного зв'язку від громадськості щодо аналізу, альтернатив та / або рішень.	Безпосередня робота з громадськістю протягом усього процесу для того, щоб занепокоєння та прагнення людей були почуті та враховані.	Партнерство з громадськістю щодо кожного аспекту рішення, включно з розробленням альтернатив та визначенням бажаного рішення.	Доручення ухвалювати остаточне рішення громадянам.
Приклади	Інформаційні довідки Дні відкритих дверей Відкриті листи Вебсайти Розсилки новин Зустрічі у прямих ефірах Комунікації через соціальні мережі	Відкриті коментарі Фокус-групи Опитування Групові обговорення Обговорення в соціальних мережах Блоги	Семінари Фокус-групи Вебінари Практичні вправи	Дорадчі громадські ради Колективне ухвалення рішень Онлайн-форуми Спільне створення документа Чати в месенджерах Відео-зустрічі	Голосування Делегування рішень Онлайн-голосування Бюджет участі Форуми

Матриця публічних консультацій

Активация Windows
Чтобы активировать Windows, пере

Джерело: адаптовано з матриці, розробленої Міжнародною асоціацією громадської участі (IAP2), а також зі «Стратегії та інструментарію участі громадськості» Okotoks.

Рис.1. *Матриця публічних консультацій [5].*

Наприклад, у грудні 2021 року Національна рада України з питань телебачення та радіомовлення ухвалила рішення провести публічні консультації з громадськими та галузевими організаціями для обговорення проєкту Порядку проведення перевірки ділової репутації покупця (потенційного покупця) засобу масової інформації (Порядок), що розробляється на виконання Закону України «Про запобігання загрозам національній безпеці, пов’язаним із надмірним впливом осіб, які мають значну економічну та політичну вагу в суспільному житті (олігархів)» [6]. У 2017 році громадська організація «Центр UA» (співзасновники «ЧЕСНО», Реанімаційного пакету реформ) провела 160 публічних консультацій у 63 містах України [7]. Зокрема, у Полтавській області, за свідченнями А. Гончаренко, координаторки ГО «Центр UA» в Полтавській області, перша в місті публічна консультація була покликана унеможливити непрозорий збір батьківських внесків на потреби полтавських шкіл та дитячих садочків, дійти згоди щодо формату розвитку Прирічкового

парку, розробити механізми захисту об'єктів історичної спадщини міста від рук недоброчесних орендарів чи власників.

У вересні 2022 року у Дрогобичі тривали публічні консультації та збір громадських думок щодо питання демонтажу «Вічного вогню» як символу тоталітарного комуністичного режиму та подальшого благоустрою даної території: фізичні особи, представники громадських та політичних об'єднань надсилали електронні листи, письмові пропозиції або ж коментарі на сервісі електронних консультацій, що лягли в основу обговорення робочою групою [8]. У продовження ще більш актуалізованого в умовах війни обговорення концепту декомунізації та дерусифікації в громадах, варто згадати, наприклад, як після консультацій у червні 2022 року, наданих О. Пустовгаром, регіональним представником Українського інституту національної пам'яті, заступником директора Путивльського державного історико-культурного заповідника в Сумській області, де є «Парк радянського періоду», та спеціалістами з охорони культурної спадщини, гадяцька громада дійшла спільної думки по закінченню війни створити на базі Гадяцького історико-краєзнавчого музею експозицію під відкритим небом «Територія терору», де будуть зібрані зразки монументальної пропаганди радянського тоталітарного режиму [9]. Міські ради також активно залучають містян до участі в публічних консультаціях щодо перейменування вулиць.

Отже, опрацювання та аналіз великих даних у різних форматах, отриманих у результаті співпраці держави та громадян – публічних консультацій, проєктних форм для одержання корисних знань – контекстуалізованої інформації на основі категоризованих даних має стати в умовах війни механізмом постійної комунікації, що сприяє залученості стейкхолдерів до просування та реалізації нової політики.

Список використаних джерел

1. Шекеряк Я. Журналістика даних і політика: як відкриті дані підтримують розвиток демократії та формують громадянське суспільство. *Медіакритика.* 14-01-2022. URL: https://www.mediakrytyka.info/novi-tehnologii-media/zhurnalistyka-danykh-i-politykayak-vidkryti-dani-pidtrymuyut-rozvytok-demokratiyi-ta-formuyut-hromadyanske-suspilstvo.html

2. Бідзіля Ю., Кравець Д. Розвиток відкритих даних як нові перспективи й можливості для сучасної української журналістики. *Збірник наукових праць Науково-дослідного інституту пресознавства.* 2019. № 9 (27). С. 232–245.

3. Що таке відкриті дані? *Портал відкритих даних. Дія.* URL: https://data.gov.ua/pages/aboutuser2

4. Шимкович В. Дмитро Чаплинський – про те, як ІТ-засоби допомагають боротися з корупцією. *DOU.* 17 травня 2017. URL: https://dou.ua/lenta/interviews/white-collar-hundred/

5. Публічні консультації: крок за кроком. *Edera.* URL: https://edera.gitbook.io/publ-chn-konsultacz-krok-za-krokom/provedennya-publichnikh-konsultacii.-krok-za-krokom/etap-5.-proanalizuite-otrimani-dani

6. Регулятор проведе публічні консультації з громадськістю щодо Порядку проведення перевірки ділової репутації покупця (потенційного покупця) ЗМІ. *Національна рада України з питань телебачення і радіомовлення.* URL: https://www.nrada.gov.ua/regulyator-provede-publichni-konsultatsiyi-z-gromadskistyu-shhodo-poryadku-provedennya-perevirky-dilovoyi-reputatsiyi-pokuptsya-potentsijnogo-pokuptsya-zmi/

7. Гончаренко А. Впливати на місцеву політику: що таке публічна консультація та як це працює. *Зміст. Зміни створюєш ти.* 21.03.2018. URL: https://zmist.pl.ua/blogs/vplivati-na-miscevu-politiku-shcho-take-publichna-konsultaciya-ta-yak-ce-pracyuje

8. Завершились громадські обговорення питання демонтажу «Вічного вогню». *Дрогобицька міська рада.* URL: http://surl.li/dmfly

9. Декілька слів про декомунізацію і демонтаж пам'ятників. *Гадяцька міська рада.* 14.06.2022. URL: https://hadiach-rada.gov.ua/news/1655194738/.

Костромицький Р.І.,
кандидат філологічних наук,
доцент кафедри соціальних комунікацій
Бердянського державного педагогічного університету
Україна, м. Запоріжжя

КРИТИЧНЕ МИСЛЕННЯ ЖУРНАЛІСТА

Важливою тенденцією сучасного світу є стрімкий розвиток інформаційних технологій, які значно поліпшили швидкість та якість доступу до даних у глобальній мережі. Вражаючими є і обсяги цієї інформації. Сучасна людина опинилася в ситуації, коли їй необхідно щоденно обробляти величезні обсяги новин з різних джерел. Тому нагальною та гострою є потреба вироблення у нашого сучасника-журналіста ґрунтовних навичок критичного мислення, яке є результатом систематичної роботи над поглибленням медійної освіти. Саме інфогігієна та критичне мислення є найціннішими компетентностями, за допомогою яких людина XXI сторіччя може захистити себе від негативного впливу медій, адекватно сприймати інформацію, аналізувати її та ухвалювати правильні рішення.

У процесі медійної самоосвіти дуже корисними є інтернет-ресурси та проєкти, які допомагають зорієнтуватися в інформаційному просторі та захиститися від маніпуляційних технологій: Медіадрайвер, Медіа Сапієнс, Stopfake, тематичні курси на платформі Prometheus тощо. Класична книга у XXI столітті залишається потужним джерелом знань, до яких можна звернутися в процесі медіаосвіти. Ґрунтовними і одночасно цікавими є дослідження Д. Кулеби [1] та Г. Почепцова [4, 5]. Дослідники зосереджують свою увагу на цілій низці питань: тенденції розвитку сучасних інформаційних технологій, їх вплив на психіку людини, журналістські стандарти, яких повинні дотримуватися представники медіа, маніпуляційні інструменти. Дуже корисними є алгоритми перевірки медіаповідомлень та їх аналізу.

Технічний прогрес подарував світові різні гаджети. Сучасний смартфон – це не просто телефон, а потужний персональний комп'ютер із функцією фото та відеозйомки. Користувач витрачає десь дві години щодобово на активність у соціальних мережах: публікації, оприлюднення фото-відео, взаємодія з контентом інших користувачів.

Соціальні медіа та пошукові системи формують навколо кожного користувача окремий персоналізований світ, який отримав назву "бульбашки фільтрів". Це феномен цифрового суспільства, суть якого полягає у тому, що кожен користувач має власну пошукову історію та активність у соціальних мережах, тому системи видають саме ту інформацію, яку вони вважать потрібною для користувача, спираючись на його цифровий портрет.

Дуже схожа ситуація із соціальними мережами. Стрічка новин найбільш популярних сучасних соцмедій формується не у хронологічному порядку, а відповідно до наших вподобань, що є результатом стеження за активністю користувача як у середині сервісу, так і за межами (репости, лайки, перегляди, пошукові запити). У чому недолік такої стратегії підбору системою інформації?

Людина отримує обмежений перелік інформаційних меседжів, що призводить до формування редукованої картини світу, відсутності критичної складової та різних викривлень у сприйманні дійсності. Мозок людини опиняється у зоні комфорту, "теплій ванні", де немає необхідності критичного сприймання інформації.

Отже, “бульбашка фільтрів” – це своєрідна матриця, яка через технічні алгоритми обмежує можливості користувача отримувати об’єктивну та всебічну інформацію про світ. Пошук максимально об’єктивної інформації потребує значних зусиль щоб вийти за межі інформаційної кульки-бульбашки. Для цього необхідно “деперсоніфікувати” ваше перебування у соціальних мережах, вийти із акаунтів та встановити програми-плагіни, які запобігають відслідковуванню активності користувача.

Також необхідно “обманути” алгоритми соціальних мереж – підписатися на різних “некомфортних” користувачів, з точкою зору яких ви не погоджуєтесь, та періодично їх лайкати. Тоді в стрічці буде з’являтися альтернативна точка зору, що спровокує критичний підхід до сприймання інформації. Важлива стратегія в умовах динамічного розвитку та поширення візуальної культури – підвищення новинної та медійної грамотності. В цьому процесі ключовим інструментом є критичне мислення. Дуже точно сутність поняття «критичне мислення» визначено у підручнику «Медіаосвіта та медіаграмотність» як «комплекс усвідомлених дій і навичок, які ми застосовуємо, коли оцінюємо інформацію, достовірна вона чи маніпулятивна» [2, с.123]. Формування критичного мислення майбутнього журналіста полягає у напрацюванні компетенцій наукової оцінки фактів, перевірки їх достовірності та аналітичної обробки матеріалу.

Г. Онкович, влучно зауважує, що «якість медіаграмотної особистості, результат медіаосвіти, яка допомагає людині активно використовувати можливості інформаційно-освітнього поля – телебачення, радіо, відео, преси, інтернету, формує культуру спілкування, розвиває творчі, комунікативні здібності, критичне мислення, вміння сприймати, інтерпретувати, аналізувати й оцінювати медіатексти…» [3, с. 83] Важливою є культура мислення та здатність вирішувати нестандартні завдання. Для цього судження журналіста повинні бути максимально об’єктивними та незаангажованими.

Вироблення у майбутнього журналіста навичок аналізу медіаповідомлень – процес системний і комплексний. Це робота на практичних заняттях та, в більшості, самостійна робота, під час якої необхідно критично опрацьовувати телевізійні програми, матеріали друкованих та інтернет видань. Важливі задачі такої роботи – визначення об’єкта та предмета матеріалу, своєрідності авторського стилю, фактажу, аргументації, додержання професійних стандартів, засобів художньої виразності. Мета такого підходу – продемонструвати майбутнім журналістам механізми критичного аналізу медіатекстів, навчити їх самостійно виконувати аналіз конкретного медіатексту та зробити власні висновки. Важливо також навчити майбутніх журналістів створювати авторські матеріали з урахуванням критичної складової: рецензії, огляди, аналітична кореспонденція, авторський портрет.

Отже, підготовка журналіста – складний, довготривалий та системний процес. Щоб стати професіоналом у галузі журналістики, необхідно засвоїти комплекс професійних здібностей. Медіаосвіта дає кожному охочому інструментарій для інформаційного самозахисту, а цього потребує сучасний журналіст з активною життєвою позицією.

Список використаних джерел

1. Кулеба Д. Війна за реальність. Як перемагати у світі фейків, правд і спільнот. Київ : Книголав, 384 с.
2. Медіаосвіта та медіаграмотність : підручник / ред.-упор. В. Іванов, О. Волошенюк ; за наук. ред. В. Різуна. Київ : Центр вільної преси, 2012. 352 с.
3. Онкович Г. Професійно-орієнтована медіаосвіта у вищій школі. Вища освіта України. 2014. № 2. С. 80–87.
4. Почепцов Г. Від facebooky і гламуру до wikiLeaks: медіакомунікації. Київ : Спадщина, 2012. 464 с.

5. Почепцов Г. Токсичний інфопростір. Як зберегти ясність мислення і свободу дії. Київ : Віват, 2021. 384 с.

Куліченко Д.О.,
аспірантка кафедри соціальних комунікацій
та інформаційної діяльності
Запорізького національного університету;
Березенко В.В.,
доктор наук із соціальних комунікацій,
професор кафедри соціальних комунікацій та
інформаційної діяльності
Запорізького національного університету
Україна, м. Запоріжжя

ІНТЕРНЕТ-КОМУНІКАЦІЯ ЯК ЗАСІБ ДЛЯ ЕФЕКТИВНОГО ВИКОНАННЯ ДЕПУТАТОМ МІСЦЕВОЇ РАДИ СВОЇХ ОБОВ'ЯЗКІВ

Повноваження депутатів місцевих рад – це визначені нормами права та закріплені у чинному законодавстві права та обов'язки, необхідні для здійснення покладених на них державою функцій. Одним із обов'язків депутата місцевої ради у виборчому окрузі, відповідно до п. 1 ч. 1 ст. 10 Закону України «Про статус депутатів місцевих рад», є зобов'язання «підтримувати зв'язок з виборцями, місцевою організацією політичної партії, яка висунула його кандидатом у депутати місцевої ради, відповідною територіальною громадою, а також громадськими організаціями, трудовими колективами підприємств, установ, організацій незалежно від форми власності, органами місцевого самоврядування, місцевими органами виконавчої влади, розташованими на відповідній території» [2]. Ефективним інструментом для виконання зазначеного обов'язку депутатом місцевої ради є інтернет-комунікація.

О.П. Борисенко [1] виділяє три стадії розвитку комунікацій:

1) міжособистісна (листування, телефонна розмова, особиста зустріч);

2) медійна комунікація, спілкування з використанням засобів масової інформації (інформування через газети, журнали, радіо, телебачення);

3) інтернет-комунікація.

Вчені зазначають, що «одночасно окреслилася тенденція зростання числа інтерактивних мережевих спільнот і числа користувачів, які займають в Інтернеті активну комунікаційну позицію. Число ступенів комунікативної свободи, безумовно, зростає. За наявності досить невеликих ресурсів будь-який користувач може включатися в життя майже безмежної кількості віртуальних спільнот. Зростає і кількість людей, включених в активні форми соціальної поведінки в мережі. Влада змінює стиль спілкування з впливу на діалог, з ієрархічної підпорядкованості – на горизонтальну комунікацію. Відповідно, встановлюються нові типи і моделі відносин» [1, с. 60].

З-поміж усіх наявних засобів комунікацій депутата місцевої ради з виборцями на сьогодні більшу кількість аудиторії можна охопити за допомогою використання соціальних мереж. Депутат місцевої ради може з певною системністю звітувати про свою діяльність, виконання доручень виборців чи місцевої організації партії, шляхом публікації відповідного контенту: тексту, фото, відео, проведення прямих ефірів на особистих сторінках. Інформування мешканців про здійснення депутатської діяльності у виборчому окрузі та у представницькому органі місцевого самоврядування, до якого його було обрано, є важливим

з огляду на те, що це допомагає 1) підвищувати рівень обізнаності населення щодо того, що саме належить до компетенції депутатів місцевих рад; 2) сприяє формуванню позитивного іміджу депутата, а відповідно й місцевої ради; 3) допомагає підвищенню активності громадян на території, на якій вони проживають, а отже, й активізації громадянського суспільства.

Окрім вказаного, інтернет-комунікація має переваги в тому, щоб оперативно виконувати доручення виборців. Наприклад, керівник одного з ОСББ м. Запоріжжя надіслав повідомлення у мережі Instagram депутату місцевої ради щодо проблеми, яка склалась з каналізацією. Для вирішення проблеми потрібно було, щоб представники КП «Водоканал» виїхали до будинку. В той момент депутат знаходився на сесії міської ради, де був присутній керівник КП «Водоканал». Після отримання повідомлення, депутат передав інформацію керівнику КП, який сприяв тому, що проблема була вирішена того ж дня. Можна вважати, що інтернет-комунікація допомогла депутату місцевої ради виконати обов'язок, передбачений п. 4 ч. 1 ст. 10 Закону України «Про статус депутатів місцевих рад», а саме – вивчити потреби територіальної громади, проінформувати про них раду та її органи, взяти безпосередню участь у їх вирішенні.

Отже, можна стверджувати, що інтернет-комунікація сьогодні є ефективним засобом для виконання депутатом місцевої ради своїх обов'язків, але цей інструмент використовує порівняно невеликий відсоток депутатів місцевих рад, що обумовлює необхідність популяризації зазначеного інструменту серед них.

Список використаних джерел

1. Борисенко О. П. Комунікація як інструмент державного управління: сучасні тенденції. *Публічне управління та митне адміністрування*. 2020. № 2(25). С. 58–62

2. Про статус депутатів місцевих рад: Закон України від 11.07.2002 р. №93-IV. URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/93-15#Text (дата звернення: 07.10.2022)

Онуфрієнко Г.С.,
доктор філософії у філологічних науках, доцент,
доцент кафедри українознавства та загальної мовної підготовки
Національного університету «Запорізька політехніка»
Україна, м. Запоріжжя

ПАТОГЕННИЙ ТЕКСТ У СУЧАСНІЙ ПРОФЕСІЙНО-ДІЛОВІЙ КОМУНІКАЦІЇ: ПРИЧИНИ, НАСЛІДКИ, ПРЕВЕНТИВНІ СТРАТЕГІЇ

Професійно-ділова комунікація (ПДК) у будь-якій сфері соціуму і в колективі будь-якого масштабу подібна за свою природою та функціями до надскладної нервової системи живого організму, але ж соціального. Вона здатна посилювати, зменшувати, нейтралізовувати ступінь продуктивності колективу в цілому або ж навіть спричиняти в різних проявах контрпродуктивність і самого колективу, й окремих індивідів. Скерована на пришвидшений обмін вербалізованою інформацією, тобто новими й достовірними знаннями, міжособистісна мовна комунікація (МК) покликана в професійному колективі бути рушійною силою на шляху до його прогресу, нових творчих здобутків та вдосконалення взаємин у співпраці різного масштабу і різного тематичного спрямування. У цьому її і призначення, і провідна функція у професійно-ділових відносинах.

На обох площинах МК, горизонтальній та вертикальній, кожний з індивідів, виконуючи свої посадові обов'язки, демонструє у професійному колективі різний рівень фахової компетентності та набутого досвіду. Крім цього, всі є різними за ґендером і віком,

креативними здібностями та національними й психологічними особливостями, життєвим досвідом й рівнем освіченості, загальною та мовнокомунікативною культурою тощо. Тож, відбуваючись у різноманітних варіаціях та за різних умов, МК фінішує з різними результатами чи наслідками. Оскільки інформацію адресант вербально «спаковує» у формат певного зв'язного тексту за допомогою обраних ним мовно-когнітивних засобів задля подальшої трансляції адресатові відібраної інформації, то, зрозуміло, що якість тексту, його комплексний змістово-структурний потенціал як потужного інструменту МК , у багато чому безпосередньо залежить від самого індивіда та передусім від його інтенцій. У цьому складному, нерідко досить тривалому в часі та вельми відповідальному процесі текстотворення потребують окремої й пильної уваги від дослідників МК так звані патогенні тексти (ПТ), які, і це підтверджується спостереженнями на різних локаціях комунікації, в останні роки аж ніяк не є рідкістю в комунікаційному просторі соціуму, а навпаки – дедалі набувають поширення і в медіапросторі, і в різних професійних дискурсах, і в електронних ресурсах, і на побутовому рівні. Тому на часі цілком умотивовано постало завдання поглиблено вивчати причини, форми та маркери вербальної маніфестації патогенності тексту задля профілактики багатьох негативних наслідків цього руйнівного для ПДК явища, насамперед у надважливих інтелектуальних сферах функціювання державних інституцій, в освіті, науці, публічному управлінні, і, безперечно, в масштабах розгалуженого та доступного практично для всіх користувачів мас-медійного простору і в площині різновекторної міжнародної діяльності, до якої інтерес у сучасному суспільстві постійно зростає. Пропоноване дослідження виконане відповідно до завдань 2-го етапу кафедральної НДР 06211 «Текст у сучасній професійній комунікації українською мовою» (2021–2024 рр., науковий керівник – доцент Галина Онуфрієнко).

Етимологія іменникового терміна *текст* у лексикографічних джерелах [1, с.565] визначена як лексичне запозичення з латини: textum – «зв’язок, тканина, побудова». Тож під текстом усі дослідники розуміють зв’язне цілісне письмове чи усне повідомлення за певною темою, яке має змістову і структурну завершеність та орієнтоване автором на певний адресат для досягнення означеної мети/цілей в комунікації. Складники тексту як одиниці МК – речення різного структурного типу, потужний арсенал лексико-граматичних засобів для зв’язку речень у цілісну одиницю усної чи письмової ПДК. Утім текст є не тільки інструментом для здійснення МК, але й результатом спілкування (інтеракції і трансакції), структурно-мовним компонентом й одночасно кінцевою реалізацією процесу комунікації, тобто тією структурою, яка втілюється після свого завершення у «живий» дискурс, зокрема, науковий, офіційно-діловий, що представлені різними реєстрами жанрових різновидів текстів. В обох цих взаємодіяльних і багато в чому схожих між собою дискурсах перед автором як усного, так і письмового тексту постає чимало спільних завдань, які необхідно розв'язувати паралельно, аби не допустити ситуації створення шкідливого, а відтак і небезпечного для адресата вербального продукту, який руйнує МК у цілому. Серед цих першочергових та взаємозалежних завдань автора/авторів, зокрема, такі, що гарантуватимуть змістову та мовно-комунікативну гігієну новостворюваного тексту, а саме: 1) поінформувати однозначно, ясно та зрозуміло для адресата (повідомити, описати, порівняти, проаналізувати), керуючись принципами об'єктивності та точності викладу засобами сучасної української літературної мови; 2) вжити абсолютно коректно, тобто у повній відповідності до загальноприйнятих дефініцій, всі застосовувані терміни, а також усі слова й мовні конструкції в тих їх лексичних значеннях, які зазначено в тлумачних словниках з урахуванням контексту, аби уникнути дезінформування; 3) включити в текст тільки достовірні, перевірені й паспортизовані факти, цифри, цитати, прізвища, результати, висновки тощо; 4) на засадах достатньої обґрунтованості та репрезентативності узагальнити описані факти, поняття, дії, процеси та явища; 5) сформулювати заголовок до тексту чітко, точно та неупереджено викласти

висновки, зауваження, рекомендації, що логічно випливають з усієї попередньої інформації та покладених на автора повноважень; 6) переконати достовірним фактажем (обґрунтувати, пояснити на основі причинно-наслідкових зв'язків, подати достатні й перевірені аргументи), скориставшись для підтвердження офіційними даними чинних документів, оприлюднених в авторитетних джерелах : таблиць, діаграм, схем, розрахунків тощо; 7) забезпечити дотримання всіх чинних норм/правил комунікації засобами державної мови, якою і має готуватися текст офіційно-ділового спрямування; так, інформаційну дезорієнтацію адресата спричиняють допущені в тексті порушення різних чинних норм, у тому числі лексичних, зокрема, при використанні спільнокореневих паронімів: виконавча дисципліна; мовна компетенція (за чинними лексичними нормами треба в цих словосполуках уживати відповідно виконавська; компетентність); абревіатур: ВНЗ (за чинною нормою правильно ЗВО) тощо.

Проблематика процесу текстотворення в професійно-діловій комунікації є доволі розгалуженою та складною, оскільки в тексті, що є готовим продуктом мисленнєво-мовленнєвої діяльності індивіда та універсальним інструментом офіційної комунікації, «заміксовано» у вербалізованому форматі сутність інформації з урахуванням наукових концептів певної фахової галузі , відповідно до умов чинної етико-ділової регламентації в забезпеченні екології текстового матеріалу та задля досягнення однієї інтенції автора/авторів чи їх цілого комплексу. Найчастіше засмічується некоректними/патогенними текстами саме ділове листування, особливо в сучасних умовах повідомлення різного змісту такими доступними технічними засобами, як вайбер, смс, факс, електронна пошта, телеграм месенджер. Автори використовують такі патогенні тексти як інструмент вербальної маніпуляції, спекулятивних технологій, дезінформації, психологічного тиску, нарешті як активний засіб тролінгу та мобінгу. Відповідальність за такі тексти, звісно, покладається на автора/авторів, однак нинішня практика професійно-ділової комунікації часто-густо переконує в повній безвідповідальності авторів за вербально спродукований патогенний текст, адресований фізичній особі, всупереч усім чинним світовим та національним стандартам офіційної мовної комунікації, її принципам, нормам, правилам, застереженням. Такі конситуації «поєдинку» у створеному професійно-діловому тексті між свободою вербальних маніпуляцій адресанта та означеними в соціумі і цивілізованому колективі принципами й актуалітетами екології мовної комунікації, на які природно має право й логічно очікує адресат тексту (колега, діловий партнер), стають причинами багатьох вкрай небезпечних, навіть руйнівних процесів у продуктивній діяльності адресата/кількох адресатів/цілого колективу. І це нанівець зводить попередні надбання інтелектуально-креативної творчості як обов'язкової умови збільшення й покращення показників діяльності і самого індивіда, і всього колективу на цивілізованих принципах взаємоповаги, змагальності, відкритості, доброчесності, взаємокоректності, толерантності, персональної відповідальності за претензії, неетичні зауваження, погрози.

Етимологічна природа прикметникового композитного компонента *патогенний* у складі досліджуваної терміносполуки *патогенний текст* визначена в словникових джерелах [1, с. 426] як лексичне запозичення від грец. пато – “біль, страждання” і ген, генний “породжую, створюю”, тобто хвороботворний. Тож у ПДК, яка має відбуватися у форматі пришвидшеного обміну текстовою інформацією, під патогенним текстом розуміємо окремий шкідливий для адресата тип тексту з недотриманням адресантом екології МК задля маніпуляції в інформаційно-комунікаційному просторі з наміром завдати пряму шкоду репутації, іміджу, авторитету, здоров’ю окремої особи, нації, держави, людства. Зокрема, подібні тексти, будучи фрагментами діалогового/полілогового контексту усної й писемної МК, умисно спотворюють об'єктивність сприйняття нової фахової, особливо суперечливої, інформації та штучно спричиняють відповідними зневажливими для адресата мовними конструкціями міжособистісну конфліктну ситуацію, знижуючи в такий спосіб реноме та комплексну

працездатність особистості, руйнуючи передбачене в професійних колективах цивілізоване різновекторне співробітництво по вертикалі й горизонталі, провокуючи адресат на природну потребу самозахищатися від навали дезінформації адресанта, його надемоційного та безпідставного критиканства, надуманих з власної користі претензій, нафантазованих обвинувачень та залякувань. Подібні тексти деструктивні й небезпечні в МК, бо шкідливі для професійної взаємодії індивідів у колективі.

Термін *патогенний текст* уперше зафіксовано в монографії з такою ж назвою, написаній у співавторстві львівськими науковцями Борисом Потятиником і Мар'яном Лозинським та опублікованій ще1996 року. Оскільки в ПДК між колегами, керівником і діловим партнером чи підлеглими як тексти функціонують і публікація (в пресі, в науковій періодиці), і діловий лист (лист-претензія, лист-нагадування тощо), і фрагмент книги (параграф, розділ, навіть сторінка), і кадр відеоролика, і монолог (доповідь, виступ на зборах), і фрагмент діалогу (усного, письмового), то кожний з них апріорі може мати в комунікації різний вплив на адресат: позитивний, негативний і навіть шкідливий, загрозливий, зокрема, для його фізичного та психічного здоров'я і життя. Такі небезпечні для адресата тексти дослідники ще називають неправильними, анормальними, некоректними, девійованими/девіантними, маніпуляційними. Якнайбільше досліджено патогенні тексти (патотексти) в медіапросторі, що є цілком зрозумілим у наш час активної масової комунікації. Серед українських авторів наукових досліджень на цій локації – Ю. Васьківський, Д. Гуменюк, Ю. Данько, М. Кіца, А. Ковалевська-Славова, М. Кучеренко, К. Сережим та інші. Проблеми патогенності тексту в рекламі, на телебаченні, в електронній мережі вивчають представники різних наук: мовознавства та літературознавства, риторики і герменевтики, журналістики та соціології, перекладознавства і педагогіки, політології, юриспруденції та ін. Разом із тим як принципово актуальна постає в наш час інтенсивної інформатизації і суспільства, і професійного колективу, і особистості практично ще не номінована в науковій літературі проблема патогенних текстів в ОДК і насамперед розроблення стратегії й тактики нейтралізації в професійному колективі тролінгового (грубого/деструктивного флеймінгу в усній формі МК, а також свідоме спотворення адресантом інформації, неетичність та неповнота інформування тощо) впливу патогенних текстів із використанням завідомо неправдивої інформації про особистість. Превентивні стратегії гарантовано забезпечуватимуть гігієну інформаційного простору для утвердження шуканої в суспільстві довіри до озвученої чи написаної інформації.

Виходячи з актуалітетів екології МК [2], серед маркерів патогенності текстів в офіційно-ділових листах, як зареєстрованих в канцелярії, так і надісланих у нині розповсюджений технічний спосіб на персональну контактну адресу колеги (підлеглого, ділового партнера), виокремлюємо декілька найпоширеніших маркерів патогенності тексту ділового листа саме у ПДК, що дозволяє їх кваліфікувати як домінантні. По-перше, це група комунікативно-етичних маркерів патогенності усного й письмового тексту в ПДК, серед яких: 1) комунікативна нещирість/нечесність, яку, наприклад, підтверджує в тексті так званий рамковий тип конфлікту між змістом різних його структурних частинах; 2) необ'єктивність інформування адресанта, доказом чого є наведені для аргументації в діловому листі або недостовірні, неповні й неперевірені дані, або приписування неіснуючих недоліків у різні неприйнятні способи задля руйнації професійної репутації адресата; 3) професійна непереконливість адресанта, що здатна, зокрема, наблизити акт мовної комунікації навіть до мобінгу. По-друге, маркери вербальної маніпулятивності/спекулятивності з метою створення як атмосфери професійного пригнічення, пресингу і тролінгу колеги чи підлеглого та психологічного тиску на нього, так і для провокації та нагнітання комунікативного конфлікту. По-третє, стилістично-емоційні маркери, зокрема, паралельне використання в одному короткому тексті в ПДК лексико-граматичних конструкцій з практично контрастних за призначенням функційних стилів

сучасної української літературної мови: офіційно-ділового та побутового, розмовного, для останнього з яких характерні надемоційність і навіть повна вербальна свобода. У професійних колективах із пресинговою моделлю ПДК і практикуванням тролінгової, булінгової й мобінгової тактик чимало подібних прикладів свідомої руйнації пріоритетів екології МК, унаслідок чого з'являються «хвороби» ПДК, небезпечні для сталого розвитку та прогресу співпраці як тієї універсальної комунікативної стратегії [3, с. 278], що здатна профілактувати в ПДК розв'язання комунікативних конфліктів та підтримувати здоровий психологічний клімат у колективі, без чого недосяжними є його успіхи, високий «коефіцієнт корисної дії» та впевнений рух до пріоритетів прогресу.

Отже, поява в ПДК патогенних текстів є наслідком цілого комплексу взаємопов'язаних причин, серед яких – ігнорування автором правил "гігієни" текстотворення, порушення чинних стандартів екології вербального інформування, загальноприйнятих у соціумі норм культури спілкування, зокрема принципів доброчесності, об'єктивності, доказовості та етичності, гармонії між змістом тексту та використаним лексичним ресурсом. Діловий лист/повідомлення з різними маркерами патогенності як джерело негативу для адресата є вельми небезпечним не тільки для самої професійної діяльності, але в тому числі для «здоров'я» колективу чи мікроколективу в цілому та окремої особистості. На часі розробити механізми превентивних стратегій і тактик для їх подальшого впровадження в ПДК у різних дискурсах сучасного соціуму, аби завадити поширенню негативної та шкідливої тенденції до створення патогенних текстів. Важливий превентивний інструмент – запровадження у ЗВО навчальних спецкурсів відповідного змісту.

Список використаних джерел

1. Словник іншомовних слів / Уклад.: С.М. Морозов, Л.М. Шкарапута. Київ : Наук. думка, 2000. 680 с.

2. Онуфрієнко Г.С. Сучасна мовна комунікація публічного формату в контексті проблематики її еколінгвістичного виміру. Суспільство і особистість у сучасному комунікаційному дискурсі : Матеріали ІІІ Всеукр. наук.-практ. конф. 28 квітня 2021. Запоріжжя : НУ «Запорізька політехніка», 2021. С. 114–116.

3. Онуфрієнко Г.С. Риторика : навч. посібник. 2-ге вид. доп. Київ : ЦУЛ, 2016. 624 с.

Хітрова Т.В.,
кандидат філологічних наук, доцент,
професор кафедри журналістики
Національного університету «Запорізька політехніка»
Україна, м. Запоріжжя

«ІСТОРИЧНА ПАМ'ЯТЬ» ЯК ІНСТРУМЕНТ ФОРМУВАННЯ ЕФЕКТИВНОЇ КОМУНІКАЦІЙНОЇ ПОЛІТИКИ ТЕРИТОРІАЛЬНИХ ГРОМАД

Пріоритетним напрямом сучасної державної політики є інформаційне спрямування діяльності органів місцевого самоврядування. Орієнтування ОМС на використання новітніх засобів у роботі з інформацією безпосередньо відображається на ефективності комунікаційної політики територіальних громад. Актуальними стають питання вдосконалення та уніфікації процесів одержання, прийняття, використання, передачі, зберігання інформації, яка є базою інформаційних відносин органів місцевого самоврядування з населенням адміністративно-територіальної одиниці. Нові вимоги висуваються до пошуку та аналізу інформації, з метою прийняття управлінських рішень, спрямованих на самостійне розв'язання проблем

життєдіяльності територіальної громади та реалізацію її інтересів, що обумовлено також зростанням рівня конкуренції між громадами за інвесторів, суб'єктів господарської діяльності, туристів та інших груп ключових стейкхолдерів місцевого розвитку. Окрім цього, важливе місце в процесі позиціонування територій займає стрімкий розвиток інструментів інформаційного середовища, який з кожним днем створює все більше можливостей для самовираження та просування іміджу будь-якої, навіть найменшої території. Варто зазначити, що ефективність комунікаційної політики ОМС залежить не лише від кількості, частотності, системності й технологічних ресурсів поширення інформації, а в першу чергу від її якості та підтримки у внутрішньому соціумі. Саме унікальність і якісне маркування комунікаційного змісту інформаційної політики територіальної громади впливають на її сприйняття як «бренду», що має чіткі ідентифікаційні маркери – якісні показники територіальної громади. Унікальним комунікаційним ресурсом і засобом ідентифікації окремо взятої територіальної громади є її «історична пам'ять».

Український історичний поступ демонструє той факт, що «історична пам'ять» й політика пам'яті завжди була важливим сектором державного управління, зміна курсу якого тягнула за собою «переформатування» соціокультурних завдань та ідейно-політичних програм як у внутрішній політиці, так і зовнішніх відносинах. Таким чином «пам'ять» завжди була й залишається простором «управління історією» з боку держави, прагматичним важелем геополітичних відносин.

Наразі «історична пам'ять» є важливим ресурсом публічного управління та інструментом ефективної комунікації й брендування територіальних громад України в контексті нового адміністративно-територіального устрою. Якісні показники маркування територіальних одиниць засобами «історичної пам'яті» є частиною їхньої стратегії розвитку у всеукраїнському поступі, засобом брендування та позиціонування, формування образу інвестиційної привабливості громади, її конкурентоздатності як у регіональному, так і всеукраїнському адміністративно-територіальному просторі, а з іншого боку, засобом внутрішньої консолідації місцевих жителів. Внутрішня комунікаційна політика громади, базована на «історичній пам'яті» покликана не лише надавати споживачеві необхідні знання щодо характеристики території, а й викликати прихильність, створювати атмосферу емоційного взаєморозуміння, доброзичливості й довіри, зацікавленості у співпраці. Керівництво громад розуміє, що стале комунікаційне позиціонування є потужним інструментом для розвитку території не лише в її кількісному (визначені як абсолютні показники маркетингового позиціювання), а й у якісному (визначені як конвенційні показники формування сприятливого образу та комунікаційних стратегій громади) вимірі.

Фахівець у галузі маркетингу громад О. Панкрухін, класифікує параметри територіального позиціонування за двома групами: абсолютна та відносна. До першої відносить географічне розташування території, забезпеченість природними ресурсами, рівень трудового і освітнього потенціалу, розвиненість інфраструктури і комунікацій, тобто ті абсолютні фактори, що надають об'єктивне підґрунтя будь-якій адміністративно-територіальній одиниці для формування позитивного іміджу. Друга група налічує відносні або суб'єктивні параметри, пов'язані зі сприйняттям місцевості з боку конкретних внутрішніх та зовнішніх цільових груп стейкхолдерів, які безпосередньо впливають на формування конкурентоспроможної позиції, привернення уваги і закріплення позитивного інтересу до території. Загалом у своєму дослідженні О. Панкрухін підкреслює, що більш успішними одиницями адміністративно-територіального устрою виявляються ті, які роблять акцент саме на об'єктивні параметри позиціонування, тобто які можуть стимулювати інтерес до своїх внутрішніх успіхів і досягнень через історичні, природні та культурні ресурси.

Такий підхід актуалізує ще один аспект нашого зацікавлення – це боротьба за сучасні конкурентні переваги між громадами. В умовах глобалізації кожній громаді доводиться

конкурувати з іншими територіями за залучення туристів, інвесторів, за спортивні та культурні заходи, увагу і повагу ЗМІ, тощо. Саме бренд та якісні складники комунікативної політики є одними із найважливіших засобів як показати і розказати про себе світу. «Історична пам'ять» у цьому сенсі є надважливим ідентифікаційним маркером території та її мешканців, певного консолідованого мікросоціуму.

Вироблення стратегічного бачення розвитку територіальної громади є надзвичайно важливим інструментом для забезпечення її сталого розвитку. Але лише існування стратегічних документів не забезпечить цього. Брендування території та ефективні маркетингові комунікації як у внутрішньому, так і зовнішньому інформаційному середовищі є важливим інструментом покращення іміджу громади, створення потрібних і правильних позитивних асоціацій і образів. Бренд для громади так само важливий, як і бренд для компанії, оскільки він створює відносини з цільовою аудиторією, формує емоційну прихильність і лояльність, інтегрує всі зацікавлені сторони, а саме: мешканців громади, представників бізнесу, громадянського суспільства, експертів, а особливо підростаюче покоління молодих людей, яким жити у цій громаді.

Уважний аналіз основних стратегічних документів територіальних громад України («Комунікаційних / маркетингових стратегій», «Стратегій розвитку», «Інвестиційних паспортів» та ін.) дозволяє встановити, що комунікаційна політика більшості територіальних одиниць направлена на створення позитивного образу шляхом позиціонування абсолютних показників, привабливих географічно-адміністративних та інфраструктурних переваг, на противагу якісним показниками – «історичній пам'яті», соціальним-культурним чинникам, регіональному градієнту загалом. Єдиним виключенням є акцентування на відомих особистостях, зокрема й в історичному розвої, та спортивних досягненнях / проєктах громад.

«Історична пам'ять» як якісний маркер ідентифікації громади найчастіше фіксується в її символічному просторі: герб, салоган, гімн, місця пам'яті тощо. Аналіз проєктної діяльності територіальних громад України демонструє, що протягом 2020-2021 років 72 проєкти подані на міжнародне та державне фінансування мали спрямування на відновлення «історичної пам'яті». Моніторинг медійного простору демонструє, що протягом 2021 року, кожна 3-5 публікація про громаду мала відношення до пам'яттєвих дат. З багатьма успішними проєктами, які або самотужки, або за підтримки державних чи міжнародних інституцій змогли реалізувати територіальні громади України у напрямку відновлення історичних місць, справедливості, правди, можна ознайомитись на офіційному сайті https://decentralization.gov.ua/.

Таким чином, найкращим варіантом для визначення параметрів позиціонування тієї чи іншої території може стане поєднання функціональних та емоційних переваг громади, що доповнюватимуть одна одну. Оскільки функціональні переваги походять від наявних природо-історичних ресурсів адміністративно-територіальної одиниці, то між сусідніми громадами вони можуть бути схожими або взагалі однаковими. В такому контексті саме емоційні параметри позиціонування зможуть виступити джерелом унікальних властивостей території та водночас налагодження або гармонізації відносин між ключовими стейкхолдерами цього процесу, джерелом внутрішньої і зовнішньої ідентифікації конкретного територіального соціуму, його спільної й унікальної «історичної пам'яті».

Холодний П.О.,
аспірант кафедри соціальних комунікацій та інформаційної діяльності Запорізького національного університету;

Санакоєва Н.Д.,
кандидат філологічних наук,
доцент кафедри соціальних комунікацій та
інформаційної діяльності
Запорізького національного університету
Україна, м. Запоріжжя

РОЛЬ ЗВ'ЯЗКІВ З ГРОМАДСЬКІСТЮ В ПОЗИЦІОНУВАННЯ НАЦІОНАЛЬНИХ ЦІННОСТЕЙ УКРАЇНИ

Військове вторгнення Росії в Україну 24 лютого 2022 року і розв'язання війни на території нашої держави були пояснені росіянам неправдивим, спотвореним уявленням держави-агресора про український народ та його національні цінності. Фейкова інформація про так звану «нацифікацію» українського народу та «домінування фашистських ідей» в Україні дозволили зомбувати переважну більшість росіян і посіяти ворожнечу у їх уявленні щодо українців.

Зв'язки з громадськістю як складова частина соціально-комунікаційної діяльності особливо актуалізуються під час складних умов, в яких опиняються держави світу. Саме тому військова агресія Росії проти України спонукає усі зусилля державних і неурядових організацій в нашій країні зосередитися на встановленні ефективного діалогу як між громадянами нашої держави, так і між різними інституціями як на державному, так і міжнародному рівнях.

Саме тому трансляція українських цінностей і демократичних свобод, їх позиціонування на загальнодержавному та світовому рівнях є однією із головних завдань сучасного українського суспільства.

Дослідженнями і аналізом національних цінностей займалася велика група вчених, серед яких В. Горбулін, С. Здіорук, О. Литвиненко, А. Качинський, А. Возженников, Г. Новицький, М. Розумний, Б. Парахонський, С. Пирожков, Г. Ситник, Л. Станіславенко, М. Ожеван, Ю. Опалько А. Дацюк, В. Ліпкан та інші. Активно дослідженням цінностей займаються співробітники Інституту філософії та соціології НАН України, зокрема А. Ручка, Е. Головаха, Н .Костенко, А. Колодний, Л. Філіпович, О. Злобіна, Л. Бевзенко, Л. Скокова, Н. Соболева, М. Паращевін та інші.

В контексті визначення національних цінностей «слід говорити про національні особливості, представлені суцвіттям національних традицій, звичаїв, норм. Разом з тим, національні цінності – це вагома частка загальнолюдських цінностей, усереднене між індивідуальним і уселюдським, що, без сумніву, збагачує останнє» [3, с.79].

Українські національні цінності в загальному сенсі є формами утримання й закріплення споріднених, спільних смислів, якими живуть сучасні українці. За допомогою спільних цінностей упорядковується життя українця і українського громадянського суспільства. Оскільки національні цінності спроможні виконувати функцію консолідації суспільства, тож українцями протягом всієї складної історії свого існування та боротьби за свободу і незалежність, було створено певний життєвий світ як поле спільної взаємодії. Визначити ядро домінуючих цінностей українського народу можна спираючись на дані експертного опитування, які проводилися колективами науковців протягом певного періоду часу. Результатом опитувань став набір основних цінностей, які поділяють українці сьогодні, до них слід віднести: «патріотизм, права і свободи людини, соціальну справедливість, матеріальні та духовні надбання українського народу, національну безпеку, природні ресурси, конституційний лад. Власне, саме зухвале порушення ключових національних цінностей владною верхівкою, зокрема прав і свободи людини, її безпеки, соціальної справедливості й

призвело до виникнення у листопаді–грудні 2013 року протестного Майдану та вибуху Революції Гідності в січні–лютому 2014 року» [2].

Отже, війна Росії проти незалежної України у 2022 році має ще й інформаційно-психологічний вектор, основу якого складають московські наративи, що спрямовані на приниження української мови і культури, фальшування української історії, формування російськими засобами масової комунікації альтернативної до дійсності, викривленої інформаційної картини світу.

Такий стан речей випливає з того, що розділяючи певні цінності, людина , а в цілому і нація, включається у певне співтовариство, зобов'язується виконувати вимоги та діяти за правилами.

Якщо ж нації мають різні ціннісні світи, цінності не поєднують людей, не складають ґрунт для певного життєвого світу, а відмежовують їх від інших можливих ціннісних світів. Звідси – можливість конкуренції між цінностями, яка часто переходить у відкриту боротьбу. Імперські цінності Росії йдуть у розріз із цінностями цивілізованого світу, до якого вже давно належить незалежна, демократична держава Україна, тому інформаційна війна між цими країнами , нажаль, переросла у військову агресію. Це не тільки війна за території, це війна за різні світи – демократичний для України і колоніальний, імперський для Росії. Отже, у національних цінностях також віддзеркалюється сьогодення нації і вектори розвитку держави.

Проблема національних цінностей стає найбільш значущим чинником взаємин між державою та громадою у період кризи, небезпеки, оскільки вони актуалізуються у результаті усвідомлення нацією своїх потреб, інтересів, відповідно до об'єктивних обставин насичуються національними переживаннями. Ці взаємини і здатні забезпечити різні види соціальних комунікацій, почесне місце серед яких займають зв'язки з громадськістю

Саме для встановлення діалогу між владою та народом України, між різними спільнотами, професійними об'єднаннями (наприклад, військові, медичні співробітники, освітяни і т.п.), діалоги на міжнародному рівні можливі в межах відкритої комунікації, яка сприятиме об'єднанню націю в період нападу з боку держави-агресора. Задіяні можуть бути усі моделі PR-комунікації, оскільки актуалізується і пропагандистська діяльність, і інформаційна преспосередницька модель, і, що найголовніше, двостороння, діалогова модель комунікативних практик отримує потужний поштовх для свого активного застосування.

Зв'язки з громадськістю сприяють усвідомленню національної ідентичності, ведуть до активної громадянської позиції, що «демонструє небайдужість і прагнення змін дозволяє людині ідентифікуватися як громадянин-патріот, збагнути себе часткою національної спільноти, носієм спільних (національних) цінностей» [2].

Отже, національні цінності – це фундаментальні засади існування держави, а зв'язки з громадськістю – це потужний комунікаційний інструмент їх ретрансляції.

Список використаних джерел

1. Гай-Нижник П., Чупрій Л. Національні інтереси, національні цінності та національні цілі як структуроформуючі чинники політики національної безпеки. *Гілея*. 2014. Вип. 84 (№5). С. 465–471.

2. Горбулін В. Ціннісні дилеми зовнішньої і внутрішньої ефективності. URL: https://dt.ua/internal/ cinnosti-suspilstva-i-gibridniy-mir-kriza-modeli-zahistu-246525_.html (дата звернення 12.09.2022)

3. Станіславенко Л. Автентичні цінності українців у контексті захисту національних інтересів держави-нації. *Політична культура та ідеологія*. 2019. №3. С. 78–93.

Чорнобут О.С.,
аспірантка кафедри журналістики
Запорізького національного університету;
Хітрова Т.В.,
кандидат філологічних наук, доцент,
професор кафедри журналістики
Національного університету «Запорізька політехніка»
Україна, м. Запоріжжя

ВІЗУАЛЬНЕ БРЕНДУВАННЯ В СИСТЕМІ КОМУНІКАЦІЙНИХ СТРАТЕГІЙ ТЕРИТОРІАЛЬНИХ ГРОМАД УКРАЇНИ

Об'єднані територіальні громади є складовою частиною нового адміністративно-територіального устрою України, що активно впроваджується з 2015 р. Відповідно їм властива специфіка реалізації більшості управлінських завдань, що пов'язані з функціонуванням державного сектору. Стосується це й системи інформаційного забезпечення, брендування та використання маркетингових прийомів, що, в першу чергу, спрямовуються на вивчення потреб членів територіальної громади та просування її соціальних ідей.

В Україні використання маркетингової концепції і брендування, як його складника, в органах публічного управління поки що не отримало широкого практичного застосування, адміністративно-територіальні одиниці місцевого рівня (ТГ) тільки розпочинають шлях до формування свого привабливого іміджу, хоча в нашій державі останнім часом вже реалізуються перші вдалі проєкти, які враховують маркетингові підходи. Наразі серед територіальних громад України, лише 42 мають власні маркетингові стратегії, які почали розроблятися у 2017 році здебільшого за допомогою міжнародних організацій (в межах Програми ООН із відновлення та розбудови миру та за фінансової підтримки Європейського Союзу, «Партнерство для розвитку міст» (Проєкт ПРОМІС), Ulead з Європою), зокрема показовими є «Маркетингова стратегія Кремінської міської об'єднаної територіальної громади», «Маркетингова стратегія Лиманської ОТГ», «Маркетингова стратегія Білокуракинської селищної територіальної громади», «Маркетингова стратегія Гірської ОТГ» ціла низка, здебільшого міських, маркетингових стратегій була розроблена за проєктом «ПРОМІС», зокрема і в Запорізькій області: «Маркетингова міста Мелітополь», «Маркетингова стратегія міста Бердянськ», «Маркетингова стратегія міста Енергодар». Як зазначає сам грантодавець: «За підтримки Проєкту ПРОМІС для міст-партнерів було розроблено маркетингові стратегії та бренди, які допомогли громадам не лише ідентифікувати свою унікальну ідентичність, а й ефективно її демонструвати. Як стратегії, так і бренди відобразили сприйняття територій самими мешканцями, адже створено їх лише в умовах активного діалогу з представниками органів місцевого самоврядування та громади. У кожній громаді вони сприяли формуванню цілісного іміджу території, активізації інвестиційних процесів, підвищенню конкурентоспроможності місцевого бізнесу й покращенню рівня життя мешканців» [1]. Наразі триває процес роботи над маркетинговими стратегіями новостворених (у 2020 р.) територіальних громад. Доволі проблемним він є для селищних та сільських громад, оскільки наразі в Україні відсутня грантова підтримка розробки стратегічних документів територіальних громад, а власні інтелектуальні та експертні ресурси є доволі обмеженими, тому більшість громад орієнтується на обласні (районні) стратегії розвитку, а також на співпрацю із регіональними агенціями розвитку, які як неприбуткові організації утворюються при міських чи обласних адміністраціях, хоча є вдалі приклади функціонування подібних агенцій на рівні сільських територіальних громад, зокрема «Агенція місцевого розвитку Коблівської ОТГ», «Агенція розвитку Широківської ОТГ» та ін.

Концепції територіального маркетингу більшості громад України (більшою мірою районних, селищних та сільських) побудовані на створенні позитивного образу її території шляхом позиціонування привабливих географічно-адміністативних та інфраструктурних переваг, а також грамотної політики комунікаційного маркетингу, зокрема таких її елементів як публічно-іміджева діяльність, залучення спонсорства, стимулювання інвестиційних програм, проєктна участь, ПР-діяльність та інш. Формування «образу» переваг одночасно направлено як на внутрішнє, так і зовнішнє маркетингове середовище.

Аналіз стратегічних документів новостворених громад (з 2020 року) демонструє, що основним інструментом територіального позиціонування громади обрають абсолютний підхід (і лише в кількісному значенні) на основі природно-ресурсних, матеріально-виробничих та інфраструктурних параметрів. Основними стратегічними документами, які демонструють перспективи розвитку й основні механізми реалізації бренд-концепцій громад є «Інвестиційні паспорти» та «Концепції розвитку».

Здебільшого ці документи не містить соціокультурних показників, таких як традиції, менталітет, звичаї, рівень життя і освіти та інші особливості національних груп, що проживають на даній території, а також не враховують історичну спадщину території, пам’ять про видатних жителів громади тощо. Також залучені показники не враховують якісних змін, зокрема виробничих процесів, таких наприклад, як: рівень інноваційних технологій виробництва, ресурсо- та енергозберігаючих технологій та інше. Однак, варто зазначити, що соціокультурні показники позиціонування громад доволі часто залучені до їхнього відуального брендування (герб, монументальна символіка, вивіски та інш.). Так, наприклад, в Запорізькій області герб однієї з територіальних громад (Кушугумської територіальної громади) визначний одним із найгарніших в Україні. Його створенню передував оголошений конкурс на кращий герб громади, який би відображав її особливості й містив семіотичний зміст. Сам факт спільного залучення мешканців об’єднаних слищ став активним джерелом позиціонування внутрішньої політики громади. Переможним став Герб запропонований вчителем інформатики Малокатеринівської гімназії «Мрія» (співавтора публікації), який містить елементи поєднання соціокультурних та історичних надбань громади на всеукраїнському, обласному та місцевому рівнях, відображає історичну пам'ять жителів громади. В «Положенні про зміст, опис Герба та порядок використання символіки Кушугумської територіальної громади Запорізького району Запорізької області» [2] наводиться такий опис: «Основою герба є геральдичний щит продовгуватої вигнутої форми на чолі тризуба-це символ влади, окутий в золоте дубове листя символ безсмертя, стійкості та вірності. Герб складається із трьох кольорів – це означає що до складу територіальної громади увійшли три селища Балабине, Кушугум та Малокатеринівка. Колоски символізують багатство та зв’язують усі населені пункти у єдине ціле. В центрі герба розташовано у формі малого щита прапор України, як втілення національної єдності, честі та гідності, традицій, державотворення, історії та сьогодення. Підпис «Кушугумська громада 2020» – означає рік об’єднання трьох селищ в одну потужну громаду. Малиновий колір символізує козацтво; синій колір символізує щирість, вірність, відданість, честь, благородство, духовність, чисте небо та воду, бездоганність, молодість, і життєвий; зелений колір символізує достаток, радість, здоров’я, природу та молодість; золотий колір символізує багатство, стабільність, силу, вірність, чистоту та справедливість. Шаблі шпичками вниз символізують миролюбність, стриманість та толерантність. Риба – це символ здоров’я та віри. Кінь – це типовий символ родючості, мужності й потужної влади».

Герб громади є найважливішим маркером її брендування в адміністративно-територіальному просторі України. Зображення Герба може використовуватися:

- на бланках організаційно-розпорядчих документів селищної ради;

- на дошках пошани, бланках грамот та подяк селищної ради, рекламних щитах в оформленні при проведенні свят, фестивалів, спортивних змагань;

- при виготовленні різного виду друкованої та рекламно-сувенірної продукції: поздоровних листівок, конвертів, запрошень, бланків, та інших видів друкованої продукції, сувенірів, виготовлених у різній техніці рекламної продукції товаровиробників тощо.

Таким чином саме візуальне брендування найчастіше відображає якісний зміст територіальних одиниць, декодує їхні соціокультурні показники, такі як традиції, менталітет, звичаї, рівень життя й освіти та інші особливості національних груп, що проживають на даній території, а також враховує історичну спадщину території, пам'ять про видатних жителів громади та події на її території – є унікальним маркером ідентифікації певного територіального соціуму.

Список використаних джерел

1. Маркетингові стратегії. ПРОМІС. URL: http://pleddg.org.ua/ua/marketingovi-strategii/page/2/

2. Положенні про зміст, опис Герба та порядок використання символіки Кушугумської територіальної громади Запорізького району Запорізької області». URL : http://kushugum-rada.gov.ua/wp-content/uploads/2022/01/.pdf

СЕКЦІЯ 3
ДИСКУРСИ ПУБЛІЦИСТИКИ І ХУДОЖНЬОЇ ЛІТЕРАТУРИ В СУЧАСНИХ МАС-МЕДІА

Авраменко І.А.,
асистент кафедри журналістики
Університету митної справи та фінансів;
Дрешпак В.М.,
доктор наук з державного управління, професор,
професор кафедри журналістики
Університету митної справи та фінансів
Україна, м. Дніпро

СУЧАСНИЙ ВОЄННО-ПОЛІТИЧНИЙ ДИСКУРС В УКРАЇНСЬКИХ МЕДІА: ЗМІСТ І ОСНОВНІ ТЕНДЕНЦІЇ РОЗГОРТАННЯ

Привертати увагу до вивчення проблематики, пов'язаної з воєнно-політичним дискурсом, українські вчені почали з 2014 року. Зокрема, О. Щепка проаналізувала воєнно-політичний дискурс, репрезентований у текстах української преси 2014 року, а саме в газетах: «Україна молода», «День», «Експрес», «Український тиждень» [4]. О. Щепка дотримується підходу, за яким поняття «воєнно-політичний дискурс» охоплює «звіти військових перед пресою, їхні відповіді на питання мас-медіа, інформування населення про перебіг конфлікту/операції з урахуванням політичних інтересів чинної влади. Воєнно-політичний дискурс являє собою комбінацію мовлення мілітаристського і політичного/евфемінізованого, мета якого політично обґрунтувати/виправдати проведення військової операції» [4, с. 205]. Слід зауважити, що при цьому авторка спиралася на роботи російських дослідників початку 2000-х років, де переважно розглядався дискурс періоду російсько-чеченських воєн. Саме звідси, очевидно, й вказано зазначену мету – сумнівну, як на наш погляд, з позицій універсального визначення цього поняття, безвідносно до конкретних історичних подій, що такий дискурс зумовлюють.

Як ми вже звертали увагу раніше, певний дискурс маємо розглядати як повідомлення, створені та трансльовані адресантом, а також повідомлення-реакції адресатів. З цих позицій політичний дискурс ми розуміємо як сукупність повідомлень, що транслюються у певному комунікативному просторі, адресат, адресант і зміст яких стосуються політичної сфери діяльності. У такий спосіб ми акцентували на ключовому для галузі соціальних комунікацій елементові – повідомленні, а також на тому, що цей елемент як «текст» вписаний у відповідний «контекст», який формується у відповідному комунікативному просторі [2, с. 101]. Відповідно воєнно-політичний дискурс буде стосуватися однаковою мірою і воєнної, і політичної сфер діяльності. Також, на відміну від авторитарного російського погляду на політичне як щось пов'язане суто з владою, ми розглядаємо політичне як сферу плюралістичного полілогу, учасниками якого є не лише влада, але й суспільство, що постає не як пасивний об'єкт інформування, а активний суб'єкт цієї комунікації. Відповідно й воєнно-політичний дискурс доцільно розглядати не лише як «інформування військовими населення з урахуванням політичних інтересів чинної влади». На наш погляд, це поняття слід визначати як сукупність повідомлень, що транслюються у певному комунікативному просторі, адресат, адресант і зміст яких стосуються воєнної та політичної сфер діяльності. З урахуванням контексту такого дискурсу після 24 лютого кількість його завдань, як і суб'єктів, в Україні

суттєво збільшилася, оскільки до воєнної сфери діяльності долучилося чи не все суспільство, а політична сфера певним чином звузилася.

На матеріалі 2014 року О. Щепка, розглянувши як центральне поняття воєнно-політичного дискурсу гіперконцепт «війна», структурований системою таких субконцептів, як «конфлікт», «збройні дії», «учасники воєнних дій», «зброя», продемонструвала, що дискурс, представлений в українських ЗМІ репрезентує образ захисника Вітчизни, який, застосовуючи таку ж зброю, як і ворог, захищає, звільняє, «зачищає» рідні землі. Натомість ворог, внутрішній і зовнішній, захоплює, знищує, грабує, провокує, несе зло і смерть. У такий спосіб реалізується комунікативна функція воєнно-політичного дискурсу: в аудиторії формується ненависть до ворога, гнів. Цей гнів спрямовується на супротивника і допомагає отримати перемогу, оскільки поряд з традиційними формами війни (атаки, штурми, маневри і т. д.) існують ще й інформаційні та психологічні війни, які виявляються дуже ефективними для перемоги [4, с. 207].

Опрацьований нами матеріал широкого кола медійних джерел дозволяє стверджувати, що після 24 лютого 2022 року воєнно-політичний дискурс в українських медіа набув деяких нових рис. І ключовим тут є набуття цим дискурсом статусу «самостійного поля бою», де воєнна та політична ситуація не просто описується, а де відбувається інформаційне протистояння двох держав, суспільств, а то й концепцій світобачення.

Звертаємо увагу на принципову роль в цьому протистоянні слів-символів. З урахуванням того, що «символ існує в безкінечно означальній ролі, тяжіє до загальної ідеї, розширює зміст лексеми, а не окремого значення» [1, с. 92 – 93], слова-символи пов’язані семантичним зв’язком з найважливішим цінностями та антицінностями певного суспільства. Соломія-Василина Кривенко, спираючись на теорію Г. Лассвела, поділяє слова-символи на «міранди» та «креденди». «Міранда – це слова-цінності, якими захоплюєшся, не піддаючи їх під сумнів, це певна нотка сентименту в політичному дискурсі», «Креденда – те, в що віриш» [3, с. 78]. В українському воєнно-політичному дискурсі домінуючими стали вислови «Україна переможе», «Віримо в ЗСУ», які справді є носіями ключових ідей цього етапу нашої історії.

Слова символи можуть мати як позитивну конотацію (переважно), так і негативну – це слова «антиміранда». Тут прикладом є антагоністичні слова-символи «Мрія» (літак) та «Москва» (крейсер). Після втрати літака з’явилися гасла: «Мрію» не здолати». «Росія спалила залізо, але не «Мрію», і не душу» (Центр стратегічних комунікацій та інформаційної безпеки, ФБ, 6 квітня 2022). Натомість знищення російської «Москви» стало символом майбутньої загибелі імперії: «Згоріла ця «Москва» – згорить і та» (Юрій Луценко, ФБ, 14 квітня 2022). Словами-символами зі значенням «успішна бойова операція» стали «Чорнобаївка», «Ізюм»; «неочікувано» – «Доброго вечора, ми з України». Символічного значення набули нові для нашої мови слова з позитивною конотацією («зброя перемоги»), такі як «Байрактар», «Джевелін», «Стугна» (від найменувань озброєння, що відмінно показало себе на полі бою). Ці лексеми потрапили до текстів пісень, назв телепередачі, радіостанції, ними навіть називали дітей.

Крім слів-символів також ведуть мову про слова-маркери, серед яких виокремлюють «знамена» та «ярлики». Слова-знамена, за С.-В. Кривенко, це – «вербальні знаки, що мають позитивну конотацію, вони покликані посилювати значущість і цінність певної групи людей для суспільства загалом». До «знамен» відносимо такі слова як «ЗСУ», «Азовсталь», «кіборги», «волонтери». «Для позначення представників чужої ідеологічної політики використовують слова-ярлики» [3, с. 82]. «Ярликами» в сучасному українському воєнно-політичному дискурсі є: «орки», «свинособаки», «русо-фашисти», «рашисти», «орда», «бункерний», «ординці», «лаптєногі», «ванькі», «тік-ток війська» тощо. Також до «ярликів» віднесемо оказіоналізми, що з’явилися шляхом заміни літери З на латинську Z (емблема російських військ, що брали участь у так званій «спецоперації» на одному з напрямків): Zомбі,

Zлочинці, Zвірі, руZZкіє тощо. І якщо в російському соціокомунікативному просторі така заміна літер є своєрідним символом патріотизму, то в українському і в країнах, де російська агресія засуджується, Z зараз однозначно сприймається як символ країни-загарбника.

Як і в будь-який час інтенсивних трансформацій усталеного способу життя, у період широкомасштабного російського вторгнення в Україну, відбувається потужне збагачення мови новими словами. Більшість з них утворюються, наприклад, як оказіоналізми від назв населених пунктів: «за*бучили», «заірпенили» «відчорнобаїли» (у значеннях «помстилися», «побили ворога»), або від прізвища французького президента – «макронити» («не мати чіткої позиції»). Один з неологізмів поповнив англомовний онлайн-словник сленгу Urban dictionary. Це – термін «зукраїнити». «Слово «зукраїнити» символізує втрати агресора, який намагався завоювати незалежну державу, але натомість стикається з наслідками, з якими будуть жити кілька поколінь» (Укрінформ, 4 травня 2022).

Війна знімає табу на вживання інвективної лексики, лихослів'я вживають, коли мова йде про окупантів або їхнього президента. «Слава нації – *** російській федерації», «путін – *уйло» та інші вислови. Головним гаслом українського лінгвістичного простору під час війни стало славнозвісне «Російський військовий корабель, йди на ***». Гасло набуло метафористичності, його застосовують щодо всієї країни-агресора.

Також ЗМІ та користувачі соціальних мереж демонструють презирство до окупантів написанням власних імен, пов'язаних із країною-агресором, з маленької літери. «У росії вже закликають «денацифікувати» Швецію» (Укрінформ, 4 травня 2022). Народну лінгвістичну ініціативу підтримують мовознавці. Відомий філолог Олександр Авраменко вважає, що «Гітлери, путіни, ми можемо спокійно писати з малої літери, це відповідає вимогам чинного правопису. А щодо назви країни, цього немає в правописі, але, за аналогією, зважаючи на ситуацію в країні, я вважаю, можна застосовувати це правило й до неї» (1+1, 8 березня 2022).

Варто зазначити, що у російських ЗМІ антиукраїнська риторика поширювалася задовго до повномасштабного вторгнення, повсюдно використовувалися епітети «нацики», «Киевский режим», «наркоманы», «фашисты». Приклад: «Нацюки и нацики: раковая опухоль должна быть удалена из тела Украины» (EurAsia Daily, 24 лютого 2021). До того ж у російських медіа вперто застосовували «принизливий» прийменник «на» щодо України. Натомість, розповідаючи про «ДНР» чи «ЛНР» писали «В Донбассе», підкреслюючи таким чином «незалежність» псевдореспублік. «МЧС России восстанавливает инфраструктуру в Донбассе» («МК», 2 травня 2022). «Что на самом деле происходило в Донбассе в последние восемь лет?» («Медуза», 2 березня 2022). У відповідь на таку мовну агресію, деякі українські ЗМІ почали писати й говорити «на росії». («Ашан» таки згортає роботу на росії», «Львівський портал», 5 квітня 2022). («На росії вкотре погрожують знищувати конвої із західною зброєю для України», 5 канал, 4 травня 2022).

Особливістю воєнно-політичного дискурсу часів україно-російської війни є активне використання такої форми політичного гумору як Інтернет-тролінг. «Розквіт» тролінгу в українських соцмережах є, в першу чергу, реакцією на політику російських ЗМІ, які повсюдно використовували евфемізми, намагаючись запобігти негативної оцінки дій влади: не війна, а «спецоперація», не вибухи, а «хлопки», не падіння рубля, а «негативне зростання», не геноцид українців, а «денаціфікація» та «демілітаризація», не завоювання, а «звільнення».

Українська політикиня Ірина Геращенко, коментуючи знищення крейсера «Москва», «тролить» росіян, згадуючи вислів путіна: «Она утонула, добраніч, бандеровці» (ФБ, 14 квітня 2022). «Флагман Черноморского флота РФ крейсер «Москва» произвёл отрицательное всплытие в районе того острова, где его послали на йух. Где «Москва»? Она утонула», іронізує радник керівника ОП Олексій Арестович (Твіттер, 14 квітня 2022). «Містер Путін, це не санкції. Це – спеціальна фінансова операція. Ми врятуємо вашу економіку», жартує головний редактор фінського видання «Aamulehti» Юссі Тууленсуу (Твіттер, 5 березня 2022).

Багато глузують користувачі соцмереж з промов О. Лукашенка, С. Лаврова, Д. Пєскова, В. Соловйова тощо. Наприклад, в перші два місяці війни найпопулярнішою в соцмережі «Тік-ток» була пародія на Лукашенка «А я вам сейчас покажу, откуда на Беларусь готовилось нападение!».

Багато жартували українці зі слів «хлопки» та «розриви», якими росіяни маскували інформацію про вибухи. «Цієї ночі в російському Бєлгороді знову було чутно гучні «хлопки» (Громадське, 3 травня 2022). «Якось кумедно на московії вибухи називаються: спочатку «хлопки», потім «розриви». Цікаво, які вони ще слова синоніми придумають, щоб не називати війну війною?» (Юрій Бублик, ФБ, 2 травня 2022). Згодом народний «перекладач» трансформував ці російські «хлопки» у властиво українську «бавовну»: «У Бєлгород повернулася «бавовна» – детонують склади боєприпасів: жителів сіл евакуюють» (24 канал, 18 серпня 2022). А згодом було придумано ще й сучасну міфічну істоту – Бавовнятко. Ідею підхопило Міноборони України: «Пухнасте і непосидюче, вночі Бавовнятко тихенько приходить на бази окупантів, склади, аеродроми, нафтопереробні заводи та інші місця, заповнені легкозаймистими предметами, і починає там бавитися з вогнем» (Твіттер, 28 серпня 2022). Тепер це слово закріпилося навіть у дискурсі військових: «Ми продовжуємо працювати над тим, щоб «бавовнятку» було де побавитись, продовжуємо тримати вогневий контроль над окупованими територіями, над транспортними артеріями, над логістикою ворога» (Укрінформ, 7 жовтня 2022).

Таким чином, сучасний український воєнно-політичний дискурс варто охарактеризувати як динамічний, «живий», полісуб'єктний, мережевий. Це відбувається завдяки тому, що повідомлення у рамках такого дискурсу транслюються переважно горизонтальними чи діагональними комунікативними каналами (а не переважно вертикальними, як у російському комунікативному просторі), актуалізовані суспільно значущі цінності оперативно набувають свого символічного оформлення у процесі загальнонаціонального соціокультурного процесу. Створення контенту відбувається не тільки фахівцями з піару, урядових комунікацій, журналістами, а й пересічними користувачами соціальних мереж. Створюються та широко використовуються нові слова-символи та слова-маркери, генерується велика кількість мотивуючого та сатиричного контенту, триває потужне збагачення лексики, відбувається зняття табу на використання інвективної лексики, елементи розмовного стилю потрапляють до сфери офіційної комунікації. На наш погляд, ці процеси формують в українському комунікативному просторі потужний опір ворожому наративу та на рівні глибинного соціокультурного контексту відновлюють ціннісну основу національної самосвідомості.

Список використаних джерел

1. Барилова Г.К., Глуховцева К.Д. Українська етнолінгвістика : навч. посіб. Луганськ : ЛНУ ім. Тараса Шевченка, 2011. 228 с.

2. Дрешпак В.М., Авраменко І.А. Стилістика локального політичного дискурсу в соціальній мережі (на прикладі сторінок дніпровських політиків у мережі Фейсбук). *Держава та регіони.* Серія Соціальні комунікації. 2021. Вип. 3 (47). С. 100–108.

3. Кривенко С.-В. О. Семантична парадоксальність політичного дискурсу (теоретико-методологічний аналіз) : дис. на здобуття наук. ступеня канд. політ. наук. Львів : ЛНУ ім. І. Франка, 2016. 216 с. URL: https://www.lnu.edu.ua/wp-content/uploads/2016/02/dis_kryvenko.pdf

4. Щепка О. Воєнно-політичний дискурс у сучасних мас-медіа України. *Наукові записки* [Вінницького державного педагогічного університету імені Михайла Коцюбинського]. Серія: філологія (мовознавство). 2014. Вип. 20. С. 203–208.

Фінів В.М.,
кандидат філологічних наук,
доцент кафедри перекладу та філології
Закладу вищої освіти «Університет Короля Данила»,
Україна, м. Івано-Франківськ

РЕЦЕПЦІЯ ХУДОЖНІХ ТЕКСТІВ МЕРЕЖЕВОГО ДИСКУРСУ (НА МАТЕРІАЛІ ІНСТАҐРАМ-ЗБІРОК ЮЛІЇ СЛИВКИ «#ЧУЄШ, КОЛИ ПРИЇДЕШ ДОДОМУ?», «НІБИ ДЕСЬ КОЛО ХАТИ РОЗБИВСЯ ЛІТАК»)

Тенденції розвою сучасного інформаційного суспільства характеризуються усебічною імплементацією диджитал-технологій у всіх сферах життєдіяльності людини. Месенджери, соціальні мережі, розважальний аудіовідеоконтент – чинники, що спричинюють практично цілодобову присутність онлайн. Щоденно маємо можливість використовувати різноманітні девайси, тим самим значно спрощуємо власне життя. Епоха інтернету не терпить завершености. Сторінка, яка перестала поновлюватися, помирає, а живе лише та, на якій є певний потік інформації.

Література, що є відбиттям суспільних процесів, яскраво оприявлює потяг до синтезу з віртуальною дійсністю. Тому цілком виправдано можемо говорити про поширення так званої мережевої літератури, яка характеризується залежністю тексту від цифрового носія. Відповідно виникає змога створення нелінійних, розгалужених текстових структур і підґрунтя для залучення мультимедії в літературний текст.

У нашому розумінні мережева література – це пласт літератури, що дотичний до інтерактивних засобів, може виникнути, творитися в інтернетпросторі, проте може функціонувати і поза ним, при цьому зберігаючи властиві йому окремі риси.

Юлія Сливка – одна з перших мережевих авторок – відома ніком @slyva_jalova_lova, 2018 року видала книгу, до якої увійшли дописи із соціальної мережі інстаґрам і до видання якої спричинилися користувачі мережі. Тираж цієї книжки продався за одну ніч, що говорить про беззаперечну довіру та зацікавленість її читачами. Друга книга Юлії Сливки вийшла друком у травні 2022 року під символічною назвою «Ніби десь коло хати розбився літак». Хоча сама авторка зізнається, що ідея цієї назви з'явилася ще до початку повномасштабної війни в Україні. Тираж її, направду, історичний, бо був друкованим і цілком вивантаженим уже під час обстрілів рашистами Харкова. Глибокі та непересічні історії обох збірок набували популярності в мережі та упродовж 2016 – 2022 років від кількох тисяч читачів до близько сімдесяти тисяч.

«Мені треба було вибудувати таку стрункy композицію й так розмістити історії, щоб із кожною новою розкривався характер персонажів. Якась історія мала бути першою і знайомити читача з усіма, а якась – останньою. Зробити це було дуже складно, бо первісно ці тексти не були задумані як книжка. Робити з блогу книгу було, зрештою, дуже навіть небезпечно: папір легко міг знищити ці тексти. Я п'ятнадцять разів змінювала зміст (і не лише послідовність текстів, а й, власне, тексти!). Коли перша версія книги була готова, я знову все переінакшила, і довелось все верстати знову,» – пише авторка в інтерв'ю [1; 4].

Есеїстичний жанр книг дозволив авторці почуватися вільною в досить інтимній манері оповіді, немов кожну історію авторка проживала у власному житті і більше — немов книга є її життям. Тексти обох книг творять сюжетну цілісність: таким чином, одне оповідання є повноцінним художнім твором і сукупність їх усіх поєднані однією сюжетною канвою. Особливість книжок у тому, що в цих дідах і бабі Ви або впізнаєте своїх рідних, або вони стануть Вам рідними. Так баба Богдана стала бабою кожного, хто про неї читає.

«#Чуєш, коли приїдеш додому?» – один з небагатьох прикладів української мережевої літератури на сьогодні. Це онлайн-есеї, інтернет новели чи історії «*про бабу Богдану, яка регоче безупину, і діда Богдана, що любить її понад усе, про незбагненного Бога і велику-велику Любов, про сільське дитинство авторки й різні дорослі досвіди, а часто навіть про смерть, – виникли в недоречному для себе місці – у мережі Instagram. Це історії про (пре)Красне. Форма блогу часто зумовлює фрагментарність та гіпертекстуальність оповіді. На ці історії з їх мандрівними персонажами, ніби на нову серію серіалу, чекають більше 15-ти тисяч (зараз – 50 тисяч) читачів мережі, які часто є їх співавторами. Кожен текст у цій книзі окремий, але й пов'язаний з іншим, а тому доріг читати збірку – безліч.*

На час друку книги в Instagram-блогові авторки будуть вже нові дописи, бо він, до слова, триває» [3, с. 1].

«Ніби десь коло хати розбився літак» – збірка коротких есеїв, певне продовження першої книжки «#Чуєш, коли приїдеш додому?». Читач має можливість побачити, як змінились герої, бо це історія однієї сім'ї. І в цій сім'ї відбуваються прості закономірні речі: хтось народжується, а хтось помирає. Жодних незвичайних подій – лише гіркий досвід дорослішати. Якщо «Чуєш» усміхає, то «Літак» швидше зворушує. Паперовий літак як символ дитинства, але не тільки.

Сливка як автор малодосліджена. Дослідження її інстаграм-текстів детермінували виокремлення індивідуально-авторських особливостей її стилю.

На основі проведеного дослідження можемо виокремити такі характерні для інтернет-новел Юлії Сливки риси:

- жива, яскраво образна мова текстів, наснажена діалектними словами, подекуди – виразами, з великою кількістю тропів;
- використання хештегів, які дають можливість компілювати тексти навколо одного персонажа безвідносно до інших оповідей (#баба_Богдна, #дідо_старенький, #баба_Ґандзя);
- своєрідний правопис (дотримання норм скрипниківського правопису);
- графічне оформлення (початок речення – винятково з малої літери, абзацні відступи – відокремлення розривом і крапками);
- «неістаґрамний» контент (релігійна тематика, нехарактерна для ведення блогу в інстаґрамі; розкрито також в іншому ключі тему сім'ї).

Ще однією характерною особливістю аналізованих текстів є унікальний стиль письма та оформлення тексту. По-перше, слід зауважити, що авторка не дотримується традиційних правил пунктуації, деколи починає речення з маленької літери, абзацні відступи оформлює крапками, часто окремим абзацом виступає одне речення. Таким чином, створюється ефект наближення текстів до дописів у мережі і, разом з тим, акцентується на певних ідейних векторах: «*мені хочеться дуже непомітно одягтись, аби не відвернути чиєїсь уваги від Господа. І неодмінно покрити голову чорним мереживом, аби визнатинад собою владу того, перед ким паду на коліна. (з цього приводу навіть малою дитиною баба не пускала мене на церковний поріг простоволосою) / **бо я така дрібна у цьому світі**. / **бо Бог такий великий***» [3, с. 73,74].

Графіка інстаґраму як соціальної мережі і книги як її відбиття відповідно мотивує використання хештегів, що значно наближує тексти до віртуальних дописів. Хештеги допомагають згрупувати історії та об'єднати їх за змістом та одинаковою тематикою. Ю. Сливка у своїй інстаграм-книзі постійно використовує їх (#дідо_старенький, #дідо_Богдан, #баба_Богдана, #дзвонить_баба, #Красне_ясне, #баба_Ґандзя), навіть попри те, що вони втрачають свій первинний функціонал при перенесені тексту на папір. Хоча саме в блозі додавання хештегів у дописи залишається актуальним способом з метою полегшення читання, тому що відповідні публікації вже погруповані. І, до прикладу, якщо читачеві дуже

подобаються історії, у яких використано хештег #дзвонить_баба, то він/вона може підписатися безпосередньо на цей хештег і відстежувати окремі дописи лише щодо окресленого героя.

«#Чуєш, коли приїдеш додому?» Юлії Сливки – збірка особлива і дуже по-сімейному затишна. Авторка прагне, щоб наші баба і дідо стали унікальними саме для нас, щоб ми обійняли їх якнайміцніше і розповіли про свою всеосяжну Любов, бо «*на могилі говорити про свою Любов буде легше. / Вас почують горобці довкола і навіть Господь Бог. / але чи долине Ваша Любов до вух, які все життя так хотіли про неї почути?*» [3, с. 215–216].

Список використаних джерел

1. Комплімент російській пропаганді, – інтерв'ю з Юлією Сливкою про спротив декомунізації та мові. URL: https://24tv.ua/yuliya-slivka-intervyu-pro-dekomunizatsiyu-ukrayinsku-movu-viynu_n2121631.

2. Сливка Ю. Ніби десь коло хати розбився літак. Львів : Видавництво Юлії Сливки, 2022. 200 с.

3. Сливка Ю. #Чуєш, коли приїдеш додому? Блог, що став книгою. Львів : Видавець Рурак Ю.В. «Austrum», 2020. 220 с.

4. Юлія Сливка про силу: як львівська інтеліґентка своєю книгою торкає читачів. URL: https://rozmova.wordpress.com/2019/02/07/uliya-slyvka/.

Чернявська Ю.П.,
магістрантка спеціальності «Журналістика»
Запорізького національного університету;
Чернявська Л.В.,
доктор наук із соціальних комунікацій, доцент,
завідувач кафедри журналістики
Запорізького національного університету,
Україна, м. Запоріжжя

ВПЛИВ ПОВНОМАСШТАБНОЇ ВІЙНИ НА ДИСКУРС ХУДОЖНЬОЇ ЛІТЕРАТУРИ В СУЧАСНИХ МАС-МЕДІА

З початку повномасштабної російсько-української війни Україна опинилася у самому центрі світових новин. Увага з боку іноземних ЗМІ колосальна. У фокус потрапляють як поточні новини, так і інші аспекти життя країни, зокрема культура. Так, американське видання Publishers Weekly пише про те, як повномасштабна війна сприяла зростанню зацікавленості світу до української літератури. У статті розповідають про незалежне видавництво Lost Horse Press, що публікує українську поезію. Видавництво друкувало вірші Любові Якимчук і Сергія Жадана, а після початку вторгнення провело читання з Борисом Херсонським, Людмилою Херсонською, Іриною Старовойт, Миколою Воробйовим та їхніми перекладачами. Засновниця видання Голберт розповіла, що нині українську поезію «змітають з прилавків»: «Серія Lost Horse Press “Сучасна українська поезія” представляє найкращих письменників України. Ці книжки, визнані критиками та відзначені нагородами, демонструють різноманітність поетів, які пишуть з різних місць, поетичних точок зору та літературних течій. Критично важливим є той факт, що багато віршів, представлених у цій серії, роздумують про значення незалежності України та позиційність поета в літературній культурі під час війни» [8].

Хочемо зауважити, що в науковій площині важко знайти загальноприйняте визначення поняття «художній дискурс», оскільки до сьогодні не існує усталеного формулювання цього

терміну. Над розробленням проблематики художнього дискурсу працювали Г. Почепцов, Р. Барт, У. Еко, Ю. Лотман, Дж. Серль, М. Фуко.

Основою для дослідження художнього дискурсу є його відмінність від схожих на нього інших типів дискурсу, наприклад від ідеологічного чи політичного. Однією з основних відмінностей є сам художній текст, який характеризується наявністю тропів, порівнянь та перефраз. Варто зауважити, що автор художнього дискурсу не несе відповідальності за свої тексти. Будь-яке викривлення поточної ситуації в світі вважається таким, що слугує певній меті художнього дискурсу та зроблено спеціально. Дж. Серль зазначає: «Будь-який художній твір містить певне «повідомлення», яке передається за допомогою тексту, але яке безпосередньо не наявне в цьому тексті» [10, с. 10].

Ми пропонуємо розглядати художній дискурс як комунікативний акт, що тісно пов'язаний із пізнанням та репрезентацією світу автором, а також осмислення його мовної картини світу читачем. Саме тому метою художнього дискурсу є вплив письменника на систему цінностей, знань та переконань читача за допомогою свого твору. У виборі теми, проблеми, сюжету, образів простежується особистість автора, який утверджує власний світогляд у художньому творі.

Однією з визначальних ознак художнього дискурсу є його антропоцентричність. Тобто, людина, її думки, почуття, переживання, взаємовідносини з іншими людьми, відображення дійсності крізь призму думок та переживань посідають центральне місце в просторі художнього дискурсу. Значною мірою саме завдяки цьому і створюється текстова єдність [9, с.65].

Отже, художній текст має риси певної особистості та носієм певного змісту, однак кожен читач може побачити в ньому різну інформацію. Це особливий вид комунікації, якому притаманні риси, зумовлені унікальністю кожного окремого художнього твору [3, с. 205].

Літературно-художні газети та журнали в історії української журналістики завжди були носіями національної ідеї, засобом утвердження українства, посідали одне з провідних місць у пресовому дискурсі. Своєю появою вони ознаменували початок зародження української журналістики у XIX ст.. Саме літературно-художні видання формували основні національно-державницькі дискусії, а по війні перенесли дискурс національного самоусвідомлення в еміграційні реалії. Літературно-художні видання одними з перших спричинили переоцінку цінностей наприкінці 80-х років минулого століття та висунули ідею української незалежності, вона ж стала активним чинником її утвердження під час національного пробудження 90-х і творить багатоаспектний дискурс національної культури, формує культурологічний текст нашої доби донині [2].

Сучасну літературно-художню періодику складають друковані та електронні журнали, часописи, газети, які містять художні твори різних жанрів, розділи літературної критики, публіцистичні матеріали тощо, пов'язані з культурно-мистецькою тематикою, а також видання, що, окрім літературного, мають культурологічне, мистецьке чи громадсько-політичне спрямування [4].

Незважаючи на те, що сучасне суспільство XXI ст. відходить від літературоцентризму, читання художніх текстів не є надто популярним заняттям, проте журналісти продовжують користуватись основним арсеналом літературної творчості – художнім словом. Видання, що належать до однієї типологічної групи пишуть про один і той самий подієвий ряд по-різному, тому залишається актуальною проблема вивчення журналістської діяльності та літератури, їх взаємозв'язку й потенціалу літературних текстів у медіа.

Пропонуємо розглянути літературу на сайті журналістського бізнес-порталу «M!nd». Література, на сайті обраного друкованого видання, поруч із політико-економічною та бізнес тематикою, існує як один з традиційних об'єктів зображення. У виданні засновано проєкт «Рецензії на книги», контент якої рецензії на книги з фотографіями «Інтелектуали» Пола

Джонсона, «На захист відкритого суспільства» Джорджа Сороса, «Дванадцять життів Альфреда Хічкока» Едвард Вайт та інш [6].

M!nd рефлексує на тему бізнеса, економіки та мотивації. Відповідні матеріали можно знайти і у книжковому розділі: «Як встати з дивану або, Навіщо читати книжку "Дисципліна – це свобода"»; «Переговори в IT-індустрії: чому варто читати книжку "Переговори з дельфінами"»; «Секрети Amazon: чому варто читати книжку "Працюючи навпаки"».

Популярною формою подачі літературної тематики сучасні оглядачі називають «списки» - «6 книг, які допоможуть знизити стрес та тривожність. Як розібратися з цими почуттями та змінити власні реакції»; «Споживати свідомо: п'ять книжок про сталий розвиток. Чим вони можуть бути корисні кожному та Україні в цілому»; «Париж із українським акцентом. Особисті історії про найромантичнішу європейську столицю, які дивують. Або навіщо читати збірку оповідань сучасних українських письменників "Селфі в Парижі"»; «Лежимо в напрямку мрії: п'ять книжок для продуктивного настрою в 2022-му. Що почитати, аби розпочати рік із користю, новими знаннями, силами та натхненням». Їх функція – допомогти зорієнтуватися серед новинок художньої і документальної літератури. Тобто, це суб'єктивний погляд конкретної людини, до якої люди прислухаються. Суспільство поки не переросло блоги, більшості потрібна приватна думка, котра нехай і програє в об'єктивності, але яскрава та важлива [5].

Не оминуло видання у теми війни у своїх матеріалах. «Література воєнного часу: як видавництва працюють після 24 лютого. Які новинки з'явилися в українських видавців та які книги зараз популярні»; «"Як «русский мир" створює брехню та керує нею. Про створення і легалізацію кремлем найжахливіших і безглуздих інфоприводів і подальша його реакція на них у рамках заданої адекватності й очікування населення»; «Не Орвеллом єдиним: 5 книжок, щоб звести дух і зануритися з головою в сюжет»; «Бойкот так бойкот: чому російські книжки мають йти за російським кораблем. І що можуть зробити українці для ефективної боротьби з пропагандою рашистів»; «Етимологія чудовиська, яке хоче бути важливим. Про що попереджає книга "Путінократія. Людина влади та її система"».

Художня література проявляється і в власне журналістських матеріалах (інформаційних і аналітичних жанрів) у вигляді якихось посилань до літературних реалій. У журналістських текстах (і частково в фотографіях і малюнках) постійно так чи інакше використовуються літературні факти, відбувається цитування художньої словесності, яка існує за межами журналістики. Французький філософ і філолог Р. Барт обґрунтовує це тим, що «текст зітканий із цитат, які відсилають до тисячі культурних джерел», що основу тексту «становить не його внутрішня, закрита структура, а його вихід в інші тексти, інші коди, інші знаки; текст існує лише в силу міжтекстових стосунків, в силу інтертекстуальності» [1, с. 388].

Такі «тексти в текстах» постійно трапляються в журналістських заголовках, підписах під фотографіями, назвах рубрик і розділів, основних текстах матеріалів. У пресі активно використовуються перифрази відомих літературних виразів – особливо часто це зустрічають в заголовках і підписах під фотографіями: «Військовий облік жінок: Все ж таки — бути чи не бути?» (онлайн-видання «Новое время»), «Великий Брат стежить за тобою» (онлайн-видання «Радіо Свобода»), «Війна і Маркс» (онлайн-видання «lb.ua»), «Вогонь ловив його, та не спіймав. Ракетою по Сковороді» (онлайн-медіа «Громадське телебачення»), «Кохайтеся, чорнобриві. Весільним традиціям українців присвятили виставку у Києві» («Big Kyiv»).

Велику роль у художньому дискурсі відіграє культурно-видавничий проєкт «Читомо». Зараз це важлива платформа, яка стабільно висвітлює саме видавничу сторону українського та світового книжкового процесу, звертаючи увагу не лише на книжковий процес, але й аналізуючи вплив війни на цю галузь та суспільство. У них з'явився цілий спецпроєкт «Огляд ЗМІ про війну». Протягом уже кількох місяців новини про Україну становлять значну частку матеріалів іноземних ЗМІ. Більшість великих видань запровадили спеціальну рубрику і ведуть

текстові трансляції для оперативного поширення нової інформації. Увага всього світу, викликана спочатку потенційним, а тепер уже реальним вторгненням Росії, породила необхідність у голосах з України. Тому наші письменники дописують в іноземні видання, а їхні твори включають у тематичні добірки книжок про ситуацію в Україні. Про місце української літератури в умовах загальносвітової інформаційної хвилі в огляді Читомо [10].

Отже, у сучасному мас-медійному просторі художній дискурс співіснує у вигляді трьох взаємодоповнюючих дискурсів: дискурсу літературного процесу, дискурсу власне літературних творів і прецедентного літературного дискурсу. Наразі, художній дискурс відіграє важливу роль у репрезентації України у світовому просторі, адже російсько-українська війна триває не лише безпосередньо на фронті. Бойові дії розгортаються між російською та українськими культурними дискурсами у світі. Іноземні ЗМІ намагаються осмислити руйнування міфу про Росію як країну великої культури, а також намагаються підтвердити думку, що Україна була в її тіні. Українська культура наразі намагається зайняте передове місце у світовій культурі та у цьому важливу роль відіграють саме мас-медіа як світові, так і українські.

Список використаних джерел

1. Барт Р. Избранные работы; Семиотика. Поэтика. Москва, 1994. 616 с.

2. Василик Л. Концептуально-філософські параметри України як дому у публіцистиці літературних видань другої половини XX – початку XXI. URL: http://www.nbuv.gov.ua/portal/soc_gum/Mandriv/2008_1/Vasylyk.pdf (дата звернення: 25.09.2022).

3. Кондратенко Н. Поліфонія як вияв карнанвалізації мови в художньому дискурсі некласичної парадигми. *Мова.* 2012. No 18. С. 205–208.

4. Левицька О. Літературно-художні часописи в сучасному літературному дискурсі. *Книгобачення*. URL: http://knyhobachennia.com/?category=10&article=327

5. Молитвина Н. Н. Литературные рецензии в практике книжных обозревателей. Известия Саратовского университета. Сер. Филология. Журналистика. 2016. Вып. 3. С. 340–344.

6. Рецензії на книжки M!nd : веб-сайт. URL: https://mind.ua/projects/35-recenziyi-na-knigi(дата звернення: 25.09.2022).

7. Читомо: вебсайт. URL: https://chytomo.com (дата звернення: 25.09.2022).

8. Ed Nawotka War Sparks Interest in Ukrainian Poetry Publishers Weekly: вебсайт. URL: https://www.publishersweekly.com/pw/by-topic/international/international-book-news/article/89247-war-sparks-interest-in-ukrainian-poetry.html?fbclid=IwAR0_1WdfSrLtwZ-6JOc63h2c98lhr3P_DlAh28NcpW_DdnCLCh5F4pgUyv8 (дата звернення: 25.09.2022).

9. Kress G. Linguistic Processes in Sociocultural Practice. Oxford : Oxford University Press, 1989. 116 p.

10. Searle J. Conversation. Amsterdam, Philadelphia : John Benjamins Publishing Company, 1989. P. 7–29.

СЕКЦІЯ 4
ІНОЗЕМНІ МОВИ В МІЖКУЛЬТУРНІЙ КОМУНІКАЦІЇ

Брутман А. Б.,
кандидат економічних наук, доцент,
завідувач кафедри іноземних мов професійного спілкування,
Національний університет «Запорізька політехніка»,
Україна, м. Запоріжжя

ІННОВАЦІЙНІ ПІДХОДИ ДО ВИКОРИСТАННЯ ТРЕВЕЛ-МЕДІАТЕКСТУ ПІД ЧАС ЗАНЯТЬ З ІНОЗЕМНОЇ МОВИ У ЗВО

Однією із головних рис сучасної іншомовної освіти у закладах вищої освіти України є цифровізація навчального процесу, що включає в себе вимушений перехід до дистанційних форм навчання в синхронному та асинхронному режимах. Для цього використовуються платформи-сервіси відеозв'язку Google Meet, Skype та Zoom, що створюють віртуальну аудиторію для синхронної взаємодії викладача та здобувачів вищої освіти та системи електронного оцінювання та моніторингу роботи досягнень студентів на університетських платформах, наприклад Google Classroom, Microsoft Teams та Moodle. Окрім того, є можливості використання електронних платформ закордонних видавництв на кшталт My English lab, Digibooks тощо.

Дистанційне навчання іноземній мові доволі часто впливає на зниження навченості та вмотивованості серед здобувачів освіти, що активує викладачів до пошуку нових підходів до навчання, оцінювання та матеріалів для занять із іноземною мови, які зможуть підвищити цікавість та створити позитивну атмосферу під час заняття і пожвавити інтерес до занять. Одним із дієвих засобів може виступити автентичний медіатекст, що за своєю гетерогенною природою запускає евристичний потенціал студентів до пізнання нового та надає логічні жанрові алгоритми для поширення інформації відповідно до комунікативних потреб студентів. Серед широкого тематичного різноманіття медіатекстів у практиці викладання іноземних мов доволі часто використовується тревел-медіатекст, що за своєю інтенцією націлений на знайомство з новим культурним досвідом, інтерпретуючи його до потреб потенційного реципієнта.

Тревел-медіатекст представлено у знайомих для студентів форматах репрезентації: телевізійний (шоу, програми, рубрики в програмах); друковані ЗМІ (газети, журнали, брошури), що доволі часто мають цифрову версію в глобальній мережі або спеціалізований сайт видання; мережеві ЗМІ (вебсайти, подкасти, блоги, влоги). У рамках викладання іноземної мови в дистанційному форматі актуальним є використання мережевих ЗМІ або традиційних, що мають свої сайти. Під час відбору матеріалу варто звертати увагу на обсяг друкованих матеріалів та тривалість аудіовізуальних.

З методичної точки зору в рамках дистанційного навчання актуальним є використання саме блогів, адже вони є унікальним засобом збагачення вокабуляру студентів, який може поповнюватись лексемами синонімічного, антонімічного характеру. Саме блоги створюються мандрівниками, що використовують різні варіанти англійської мови та мають різні бекграунди.

Таким чином, сам блог може лягти в основу створення лексичних вправ, як викладачем, так і студентами під час peer-teaching, коли студент за зразком від викладача на основі тексту

блогу створює власні вправи, на кшталт open close, multiple choice. Також може бути моделлю для розвитку навичок креативного письма для створення власних тревел-текстів. Влоги можуть бути використані для аудіювання, за умови створення дидактичних матеріалів для оцінки рівня навичок сприйняття на слух. Доволі часто викладачі кафедри використовують влоги для практики послідовного перекладу під час занять з іноземної мови. Тревел-медіатексти можуть бути використані як основа для проведення ділових ігор, серед студентів спеціальності «Туризм» та «Готельно-ресторанна справа». Індивідуальні та групові проєкти зі створення власних блогів, присвячених рідному місту, регіону, створення маршрутів власною країною та ключовими дестинаціями Європи та світу. Такі інноваційні види роботи зі студентами сприяють підвищенню мотивації до навчання та формують гнучкі навички створення презентацій, роботи з текстовими та графічними редакторами.

Горлачова В.В.,
кандидат філологічних наук, доцент,
доцент кафедри ІМПС
Національний університет «Запорізька політехніка»
Україна, м. Запоріжжя

ABOUT DERIVATION POTENTIAL OF MODERN ENGLISH

Any language is considered to be a verbal mirror of the world people live in. Referring this idea to English we must admit that the reality which is reflected by it is not common only for Great Britain, Australia or US residents. The status of lingua franca has made English show the Meta picture and global events and processes in modern society. Due to the people using the English language as a mother tongue or as a second language this verbal code represents variety of multinational community needs.

Many scientists compare the English language with a creature that adjusts to environment, develops and has multiple opportunities for evolution. When people need to describe verbally a new phenomenon or an object in English the language offers a wide range of efforts to "catch", identify essential characteristics in form of a new word nomination. Analyzing new words coming into the language or "born" in this language we are able to follow the routes of constant changing of the verbal code and in its turn a human world.

We have looked through the lists of new words that have been represented on the pages of Oxford and Cambridge Dictionaries in 2021–2022 [1; 2]. It is a discussing and, no doubts, a controversial question which lexical units have the right to be added to the list of new words in English. In our opinion, organizers of Cambridge Dictionary have found out appropriate way of selecting verbal material. The do take into consideration not only the frequency of usage, but offer a clear base of voting system. Using online version of this lexicography edition any speaker has an opportunity to regulate this process, adding some new meanings and forms as well.

The main aim of our research is to depict the peculiarities of modern English-speaking community vocabulary needs and choice. We are particularly interested in spheres of activity that demand new lexical units in English. The other question is what approaches and nomination forms are preferable, what derivation models nowadays can be considered more frequent than others.

According to Oxford Dictionary the biggest part of lexical units considered as new ones in English linked to such main themes as business, technology, for example "from **corporate culture** to **hybrid working**, from the **C-suite** to the **digital nomad**. Is it time to focus on your **core competency** or to embrace the **new economy**?" [1]. Modern English represents in this case

collocations, some stable word combinations where components used together have a new meaning. Let us look at the lexical unit **new economy** more attentively. The dictionary offers the meaning "new industries, such as biotechnology or the internet, that rely on the latest technology" [3]. So there is a certain differentiation: "**the old economy** – traditional industries such as manufacturing, considered as a group" [4] and "**new economy**". The model of such collocations, we mean here, to create meaningful opposition 'new-old' is frequent and popular in modern English, compare: old tourism vs. new tourism. But this trend cannot be defined as a new one (remember the Old World vs. The New World).

"Still when we tell about new words of 2022, it is not compulsory meant that they have been created recently. Let us pay attention to '**C-suite'.** In Oxford Dictionary we see the meaning "the senior executives of a company, for example the CEO, CFO, etc." [5]. The organizers of the resource highlight its novelty, insisting on its fresh status, but the origin of this lexical unit roots back to 1990s ("1990s: from C (in CEO, CFO and similar executive titles) + suite."[5].

Economic situation, pandemic threats and technologies influence human's life greatly. Telling about new trends of people's lifestyle the English language very often uses already existing words metaphorically rethinking their meaning and adding a necessary adjective. This strategy is successfully used in modern collocation '**digital nomad'** with the meaning "…a person who earns a living working online in different locations that they choose for themselves" [6]. No doubts, word **nomad** has ancient roots in English – "a member of a group of people who move from one place to another, rather than living in one place all of the time" [7]. Nevertheless, metaphorical unit '**digital nomad**' reveals some new roles and positions of employees.

A plenty of newly-created English vocabulary deeply connect with coronavirus theme. Oxford Dictionary even defines the word vax as a 2021 World of the Year: "Vax is our 2021 Word of the Year. When our lexicographers began digging into our English language corpus data it quickly became apparent that vax was a particularly striking term. A relatively rare word in our corpus until this year, by September it was over 72 times more frequent than at the same time last year. It has generated numerous derivatives that we are now seeing in a wide range of informal contexts, from vax sites and vax cards to getting vaxxed and being fully vaxxed, no word better captures the atmosphere of the past year than vax" [8].

The other powerful source of new vocabulary in the modern English language we see in different national cultures and social subcultures sphere of relationships, romance, gender identification, body-positive attitude and body-shaming. For instance, Oxford Dictionary highlights that more than 90 words and expressions were added to English due to 'Korean wave' []. Let us look through example, '**Korean wave**' – "the increase in international interest in South Korean popular culture, especially music, film, fashion and food" [9]. This metaphoric collocation has nothing to do with water, Korean culture only compared to "a raised line of water that moves across the surface of an area of water, especially the sea" [10]. There are several example of borrowed words usage (lexical borrowing). Let us look: **hanbok – "**(from Korean) a traditional Korean costume consisting of a jacket with long sleeves (= arms) and a long, wide skirt for women or loose trousers for men" [11].

The findings of our research are the evidence to come to the conclusion that the main lexical fields where new English words appear nowadays are business, technology, national and social cultures, coronavirus. Among models and approaches of new English words making the most significant are metaphorical rethinking of already existing units in terms of collocation usage, lexical borrowings, combining roots.

As perspectives of our further research we see analysis of combining roots model in the English language derivation system. Also, the impact of Russian–Ukrainian war situation at English vocabulary changes, in our opinion, is not researched enough.

Список використаних джерел

1. NEW words and meanings added: September 2022 [Electronic Resource]. – Retrieved from: https://www.oxfordlearnersdictionaries.com/ Accessed on 15 October 2022 [in English].
2. New words [Electronic Resource]. – Retrieved from: https://dictionaryblog.cambridge.org/ category/new-words/ Accessed on 15 October 2022 [in English].
3. New Economy [Electronic Resource]. – Retrieved from: https://www.oxfordlearners dictionaries.com/definition/english/new-economy Accessed on 15 October 2022 [in English].
4. Old economy [Electronic Resource]. – Retrieved from: https://dictionary. cambridge.org/dictionary/english/old-economy Accessed on 15 October 2022 [in English].
5. C-suite [Electronic Resource]. – Retrieved from: https://www.oxfordlearners dictionaries.com/definition/english/c-suite Accessed on 15 October 2022 [in English].
6. Digital Nomad [Electronic Resource]. – Retrieved from: https://www.oxfordlearners dictionaries.com/definition/english/digital-nomad Accessed on 15 October 2022 [in English].
7. Nomad [Electronic Resource]. – Retrieved from: https://dictionary.cambridge.org/ dictionary/english/nomad?q=nomad+ Accessed on 15 October 2022 [in English].
8. Word of the year 2021 [Electronic Resource]. – Retrieved from: https://languages.oup. com/word-of-the-year/2021/ Accessed on 15 October 2022 [in English].
9. The Korean wave [Electronic Resource]. – Retrieved from: https://www.oxfordlearners dictionaries.com/definition/english/the-korean-wave Accessed on 15 October 2022 [in English].
10. Wave [Electronic Resource]. – Retrieved from: https://dictionary.cambridge.org/ dictionary/english/wave Accessed on 15 October 2022 [in English].
11. Hanbok [Electronic Resource]. – Retrieved from: https://www.oxfordlearners dictionaries.com/definition/english/hanbok Accessed on 15 October 2022 [in English].

Дхаршіні М.,
студент спеціальності «Медицина»
Полтавського державного медичного університету;
Шевченко О.М.,
кандидат педагогічних наук,
доцент кафедри українознавства та
гуманітарної підготовки
Полтавського державного медичного університету
Україна, м. Полтава

МІЖКУЛЬТУРНА КОМУНІКАЦІЯ ТА ПІДГОТОВКА ІНОЗЕМНИХ ЗДОБУВАЧІВ ВИЩОЇ ОСВІТИ

Сучасний світ, що характеризується процесами глобалізації, стрімким розвитком науки та новими комунікаційними технологіями диктує умови для сучасної освіти, що тягне за собою посилення мотивації у вивченні іноземних мов та призводить до розширення взаємозв'язків різних країн, народів та їх культур. У цих умовах виникає потреба уважніше розглянути процеси, що відбуваються в контексті взаємодії та взаємовпливу культур – міжкультурної комунікації, яка виступає важливим фактором регуляції, як внутрішнього життя, так і взаємин між країнами.

Мета дослідження полягає у визначенні змісту поняття «міжкультурна комунікація» та її значення для вивчення української мови іноземними здобувачами вищої освіти.

Виклад основного матеріалу. Термін «міжкультурна комунікація» у вузькому розумінні з'явився у 70-х роках XX століття, його зазвичай пов'язують з публікацією у 1975 році роботи Дж. Кондон та Йоселф Фейсі «Суперечність між глобальним і локальним», «Вступ до міжкультурної комунікації».

Міжкультурна комунікація є формою соціальної комунікації, специфіка якої полягає в тому, що вона відбувається в міжкультурному контексті через:

- безпосередній контакт представників різних культур;
- їхню опосередковану комунікацію (наприклад, через перекладача або за допомогою таких технічних засобів комунікації, як телефон, комп'ютер тощо);
- через тексти на різних носіях (паперових, електронних, аудіо- та відеопристроях), завдяки яким індивіди вивчають особливості іншої культури.

Міжкультурні комунікації досліджуються в рамках трьох основних парадигмальних підходів:

1) інформаційного, де міжкультурна комунікація виступає як соціальний вплив або вплив того чи іншого суб'єкта на об'єкт, як процес передачі інформації від джерела до одержувача;

2) інтеракційного, при якому міжкультурна комунікація постає як інтеракція, під час якої з'являються нові смисли і значення;

3) постнекласичного, в якому враховуються дискурсивні і наративні моменти в міжкультурній комунікації [1, с. 287].

«Міжкультурна комунікація» є особливою формою комунікації двох або більше представників різних культур, у ході якої відбувається обмін інформацією та культурними цінностями взаємодіючих культур. На етапі розвитку нашого суспільства, де виникають численні культурологічні зв'язки, неминуче відбувається перерозподіл цінностей орієнтирів і мотивацій вивчення іноземних мов. Одним із таких орієнтирів є навчання міжкультурної комунікації. У понятті міжкультурної комунікації закладено культурна взаємодія представників різних спільностей зі своєю самобутністю і своєрідністю [3, с. 397].

Щодо вивчення української мови як іноземної здобувачами освіти. Вивчення української мови іноземними здобувачами освіти неможливе без розуміння іншомовної культури з комунікативною спрямованістю, що сприяє всебічному розвитку особистості, розвитку духовних цінностей майбутніх спеціалістів [8, с. 852].

Сучасні умови життя іноземних здобувачів освіти в Україні вимагають вивчення української мови. Формування міжкультурної комунікативної компетенції майбутніх фахівців, тобто формування практичних навичок і умінь, навчання мови як засобу реального спілкування з носіями інших культур у процесі освітньої та виховної діяльності – одне з головних завдань, які стоять перед викладачем української мови як іноземної. Українська мова як іноземна відкриває перед іноземними здобувачами освіти перспективу широкого знайомства з українською культурою, дозволяє зіставляти рідну мову з українською мовою і усвідомити те, що мова це засіб досягнення взаєморозуміння, контакту між співрозмовниками, отримання необхідної інформації [9, с. 178].

Іноземні здобувачі освіти розуміють, що для вступу в рівноправний професійний діалог з носіями української мови необхідно не тільки мати хороші знання української мови, а й використовувати свої знання не тільки з позиції мовної адекватності коштів, а й розуміти свого співрозмовника як носія чужої культури, знати культурні реалії його країни. Основою розвитку міжкультурної компетенції є культурологічний підхід, що вивчає здатність людини розвивати культуру через міжособистісне спілкування, діалог культур та в контексті професійного спілкування. Однак часто іноземні здобувачі освіти стикаються з проблемою нерозуміння один одного, навіть за умови граматично правильної мови. Ця проблема пов'язана з різницею культур та особливостями вербального та невербального спілкування.

Міжкультурна комунікація має на увазі взаєморозуміння, а не лише розуміння конкретного діалогу [8, с. 853].

Вивчення української мови дає іноземним здобувачам освіти можливість вільного залучення до історії, культури, традицій українського народу. В даному випадку ми розглядаємо навчання української мови, передусім як навчання засобу міжнаціонального та міжкультурного спілкування з метою реалізації комунікативних та пізнавальних потреб майбутніх спеціалістів. Дуже важливо бачити подібність і відмінність між культурами, що спілкуються, і володіти навичками міжкультурного діалогу.

Отже, вивчення української мови як іноземної не просто суто технічний процес, а широке оволодіння українською культурою, це формування нової особистості, яка здатна адекватно сприймати багатоваріантність картини світу.

Список використаних джерел

1. Бакіров В. Міжкультурна комунікація в університеті: історичний досвід і виклики сучасності. *Вісник Харківського національного університету імені В.Н. Каразіна*. 2017. Випуск 39. С. 286–293

2. Владимирова В., Шевченко О. Теоретико-методологічні основи формування білінгвальної комунікативної компетенції здобувачів освіти в умовах діалогу культур. *Мова і міжкультурна комунікація: теорія та практика*. 2022. С. 145–148.

3. Лещенко Т., Шевченко О. Міжкультурна комунікація в навчанні української мови як іноземної здобувачів закладу вищої медичної освіти. *International scientific innovations in human life*. 2022. С. 397–401.

4. Лещенко Т., Шевченко О., Юфименко В. Інтеграція компонентів культури в процес навчання іноземних студентів української мови. *Молодий вчений*. 2019. № 5.1.(69.1). С. 148–151.

5. Лещенко Т., Юфименко В., Шевченко О. Шляхи удосконалення мовної підготовки іноземних студентів. *Актуальні питання суспільно-гуманітарних наук та історії медицини*. 2018. С. 111–113.

6. Мальцева К. Міжкультурні непорозуміння і проблема міжкультурного перекладу : *автореф. дис... канд. філософ. наук: 09.00.04.* 2002. 20 с.

7. Манакін В. Мова і міжкультурна комунікація. Київ : ЦУЛ, 2012. 288 с.

8. Шевченко О. Особенности межкультурной коммуникации: педагогическое общение в вузовской иностранной аудитории. *Perspectives of world science and education*. 2020. С. 852–858.

9. Шевченко О. Педагогічні умови підготовки іноземних студентів-медиків у процесі вивчення української мови. *Естетика і етика педагогічної дії.* 2019. С. 178–187.

Костенко О. Л.,
вчитель вищої категорії Запорізької гімназії №93;
Чижевська І. В.,
вчитель вищої категорії, вчитель-методист Запорізької гімназії №93
Україна, м. Запоріжжя

ВИКОРИСТАННЯ АВТЕНТИЧНОГО МЕДІАТЕКСТУ В ПІДГОТОВЦІ ДО ЗНО З АНГЛІЙСЬКОЇ МОВИ

Останні десятиліття навчання іноземних мов в Україні проходить процес входження до глобального освітнього середовища, характерною рисою якого є окреслення стандартів щодо рівня володіння мовою відповідно до Європейської шкали володіння іноземною мовою, що знаходить своє відображення у створенні спеціалізованих інструментів оцінки якості отриманих знань здобувачами середньої освіти – Зовнішнього незалежного оцінювання. Сьогодні ЗНО є своєрідним лакмусовим папірцем навченості предмету, що дозволяє продовжити навчання в українських закладах вищої освіти. Саме це актуалізує пошук методичних підходів та дидактичних матеріалів для підготовки ЗНО, що, з одного боку, відповідають формату іспиту, а з іншого – слугують засобом розвитку іншомовної компетентності взагалі та відповідають когнітивним потребам учнів.

Починаючи з 2020 року, значна кількість шкіл України та світу перейшли в режим дистанційного навчання, що сприяло пошуку інноваційних підходів до підготовки до ЗНО та використанню нових засобів навчання та моніторингу рівня знань здобувачів освіти. Викладацький загал зіткнувся з проблемою мотивування до опанування нових знань та пошуку алгоритмів для підвищення внутрішньої мотивації учнів до навчання. Для виконання цього завдання західні методисти використовують у педагогічній практиці автентичний медіатекст – текст, під яким розуміємо медіапродукт, створений для носіїв мови. Як зауважує К. Томас, до нього відносять такі категорії медіа, як: блоги, газети, журнали, книги, фільми та твори мистецтва [2, с. 16–20]. На думку А. Куліченко та Ю. Полєжаєва, найактуальнішими з них є ті, що відповідають навчальним потребам здобувачів освіти та зможуть сформувати необхідні вміння та навички [1, с. 230].

Під час добору автентичних матеріалів, що можуть слугувати для підготовки до ЗНО, варто звернути увагу на такі критерії, як обсяг (фрагменти аудіотекстів від трьох до чотирьох хвилин для кожного задання в частині аудіювання, текстові фрагменти для зорового сприйняття від 350-450 слів для кожного завдання в розділі читання), відповідність жанровим форматам та тематичному наповненню тестових матеріалів ЗНО. Саме тому методисти рекомендують послуговуватись контентом блого- та влогосфери, подкастів та сайту «Youtube». Ці канали передачі інформації легко поширювати серед учнів та вони виступають своєрідним місточком для знайомства з живим мовленням носів англійської мови різного віку, соціального походження та регіону проживання, що стане в пригоді під час виконання завдань частини сприйняття на слух.

Добір автентичного матеріалу – це лише перший крок у методичному алгоритмі створення завдання для підготовки до ЗНО, адже вчитель повинен розробити систему вправ, що включають завдання на введення нових лексичних одиниць та граматичних структур, що зустрінуться в тексті, групу вправ, що виконуються під час читання чи аудіювання (вони повинні відповідати формату тестових завдань ЗНО) та систему вправ на опрацювання ключових слів, що варто запам’ятати, адже вони є загальновживаною лексикою для цього жанру чи тематичного діапазону.

Список використаних джерел

1. Kulichenko A. Polyezhayev Y. Innovative information and communication technologies for ergotherapists applied during English learning in Ukraine. *AD ALTA: Journal of Interdisciplinary Research*. 2020. V 10. № 2. P. 228–233.

2. Thomas C. Meeting EFL Learners Halfway by Using Locally Relevant Authentic Materials. *English Teaching Forum*. 2014. № 3. P. 14–23.

Полєжаєв Ю.Г.,
кандидат наук з соціальних комунікацій, доцент, доцент кафедри ІМПС
Національного університету «Запорізька політехніка»
Україна, м. Запоріжжя

ВИКОРИСТАННЯ МЕТОДОЛОГІЇ CLIL У СУЧАСНИХ ПІДРУЧНИКАХ З АНГЛІЙСЬКОЇ МОВИ

Сучасна освітня парадигма ставить нові аксіологічні орієнтири й потребує інноваційних педагогічних підходів до іншомовної підготовки школярів у Новій українській школі, що готує дітей до застосування набутих теоретичних знань та практичних навичок задля успішної самореалізації в дорослому житті. Цей підхід впливає і на змістовну специфіку навчальних матеріалів, головним завданням яких є формування мовних та мовленнєвих навичок, спрямованих на використання мови в різних сферах людської життєдіяльності, що виходить за межі сталих тематичних домінант шкільної програми. Саме це актуалізує науковий інтерес до тематичного наповнення сучасних підручників з англійської мови, що використовують в українських закладах середньої освіти різних типів.

Метою цього наукового доробку є аналіз контенту підручників з англійської мови для закладів середньої освіти з поглибленим вивченням іноземної мови, що мають гриф Міністерства освіти і науки України. Предмет дослідження – НМК «On Screen» (V. Evans, J. Dooley) рівнів B1 та B2 з навчальної дисципліни «Англійська мова» у 10-х та 11-х класах профільної школи.

Для реалізації нових освітніх підходів сучасні автентичні та українські підручники активно застосовують методологічну систему CLIL, що стала одним із найефективніших дидактичних інструментів у викладанні іноземних мов у світі, адже базою для неї є інтегроване навчання мові та предмету. Теоретико-методологічні основи CLIL почали застосовувати західні педагоги та автори підручників з навчання іноземної мови у 1990-х роках. У основі методології CLIL лежить принцип опанування лексичних та граматичних конструкцій під час вивчення немовних дисциплін, приміром: біології, хімії, програмування, літератури, географії, історії, психології, основ безпеки життєдіяльності тощо. Спершу методологію інтегрованого навчання використовували у викладанні шкільних дисциплін у багатомовних країнах, де білінгвізм є доволі поширеним явищем серед населення певних регіонів (країни Скандинавії, Балтики та Швейцарія). Частину предметів викладали офіційною мовою, іншу ж – мовою національних меншин чи мовою регіону.

У сучасних педагогічних студіях усе ще немає загальноприйнятого тлумачення поняття CLIL (Content and language integrated learning). Дослідники, що займаються освітою в умовах білінгвізму, розглядають його як збірний термін на позначення інтегрованого навчання предмета та мови (Л. Гєйжо) [4]; методисти, які фокусують свою дослідницьку увагу на викладанні іноземних мов, сприймають це поняття як метод, націлений на навчання іноземної мови на основі контенту найрізноманітніших предметів, що входять до шкільної програми, звертаючи увагу на навчальний матеріал, що є базовим для формування ключових компетентностей школяра як дорослої особистості (К. Бентлей) [1, с. 5]. Британський методист К. Бентлей виокремлює два типи занурення в CLIL: language-led – м’яке занурення та subject-led – глибоке занурення [1, с. 6]. Перший тип використовують при вивченні іноземних мов, другий – для навчання предметів мовами національних меншин та регіональними мовами.

Обрані для аналізу НМК «On Screen» мають спеціальні CLIL секції після кожного розділу (unit) підручника. У рівнях B1 та B2 контент цих секцій пов’язано з такими предметами, як біологія (Biology), екологія (Environmental Science), мистецтво та дизайн (Art

& Design), математика (Maths), інформаційні технології (Information Technology), фізичне виховання (Physical Education), географія (Geography), література (Literature), історія (History), природознавство (Science), PSHE (особова, соціальна, медична та економічна освіта). Саме ці предмети є основою для формування ключових компетентностей школярів під час навчання в закладах середньої освіти. Залучення актуальних тем із зазначених предметів у контексті вивчення іноземних мов формує критичне мислення, культурну грамотність, навички аналізу та синтезу матеріалу, що є спільним для програм британської та американської середньої школи.

За своїми лексико-граматичними особливостями текстовий матеріал, представлений у секціях, можна віднести до науково-популярного стилю журнальних статей. У такий спосіб методологію CLIL націлено на формування навичок говоріння та письма, необхідних для подальшого навчання англійською мовою випускників українських шкіл. Мовний матеріал та завдання спрямовані на розвиток навичок академічного спілкування та базового міжособистісного спілкування. За своїм стилістичним та лексико-граматичним наповненням матеріали дотичні до загальнонаукового, спеціально наукового (біологічного, географічного, екологічного тощо) та розмовно-побутового дискурсів.

Загальнонауковий дискурс представлено науковими термінами та структурами. Приміром, в секції CLIL, присвяченій математиці, є лексеми, що використовують не тільки в цій царині, а й у багатьох інших науках для опису даних (*pie chart, diagram, proportion, line graph, measurement, oblong, etc.),* та граматичні патерни, властиві науковому тексту, зокрема пасивний стан дієслова (*It **is called** a pie chart because it looks like a pie that **has been cut** into different sized slices.*); використання сполучних займенників *(It is called a pie chart because it looks like a pie **that** has been cut into different sized slices. A pie chart is a mathematical diagram **which** looks like a circle divided into sections),* теперішнього часу для опису загальновідомих істин та законів природи (Present Simple) *(A pie chart **is** a mathematical diagram which **looks** like a circle divided into sections.)* [3, с. 137].

Спеціально науковий дискурс репрезентовано лексемами-термінами, що використовують виключно в певних наукових галузях. Так, наприклад, секція CLIL з природознавства «How Trees Talk» має велику кількість ботанічних термінів (*fungi, nutrient, mycorrhizal networks, etc.)*, граматичні конструкції, властиві загальнонауковому дискурсу, пасивний стан дієслова, сполучні займенники та теперішні часи (Present Simple) [2, с 58].

Розмово-побутовий дискурс також використовують задля досягнення прагматичних цілей авторів підручників для ознайомлення з інструктивними матеріалами та командами. Наприклад, у секції «Інформаційні технології» автори вводять загальновживану лексику *(button, adjust, power-option, settings, long-lasting, etc.)* та граматичний матеріал – наказовий спосіб дієслова (***Open** the Smart menu again and **click on** Control panel*), поширений у розмовно-побутовому стилі [3, с. 138].

Переважна більшість завдань, що супроводжують текстові фрагменти з певних галузей знань, спрямовані на розвиток навичок пошукового читання. Фінальні завдання сфокусовано на формуванні ораторських навичок та навичок ведення дискусії. Тож цей тип навчальних матеріалів виступає своєрідною ланкою для вивчення іноземної мови професійного спілкування в закладах вищої освіти та використання мови для задоволення власних утилітарних й когнітивних потреб під час занурення в англомовний простір, зокрема під час подорожей, споживання медіапродуктів та самоосвіти впродовж життя.

Список використаних джерел

1. Bentley K. The Teaching Knowledge Test Course Content and Language Integrated Learning Module. Cambridge: Cambridge University Press, 2016. 124 p.

2. Evans V., Dooley J. On Screen. B1. Student's Book. Newbury: Express Publishing, 2019. 152 p.

3. Evans V., Dooley J. On Screen. B2. Student's Book. Newbury: Express Publishing, 2019. 156 p.

4. Gajo L. Linguistic Knowledge and Subject Knowledge: How Does Bilingualism Contribute to Subject Development? *International Journal of Bilingual Education and Bilingualism.* 2007. No. 6. P. 4–14.

Тарасенко К.В.,
кандидат філологічних наук,
доцент кафедри теорії та практики перекладу
Національного університету «Запорізька політехніка»
Україна, м. Запоріжжя

СПЕЦИФІКА ОРГАНІЗАЦІЇ САМОСТІЙНОЇ РОБОТИ ЗІ ЗДОБУВАЧАМИ ВИЩОЇ ОСВІТИ В ПРОЦЕСІ НАВЧАННЯ ІНОЗЕМНИХ МОВ

В сучасній освітній парадигмі викладання іноземної мови ключовим є фактор опанування видами мовленнєвої діяльності – аудіюванням, читанням, говорінням та письмом. Втім, на жаль, реальність освітнього процесу є такою, що кількість годин на вивчення мови зменшується, а вимоги до оволодіння мовою на певних рівнях (A1-C1) все ще залишаються актуальними. Таким чином, актуальність правильної організації самостійної роботи є тією методичною «лакуною» в освітньому процесі, яку варто осмислювати та пропонувати здобувачам вищої освіти шляхи та механізми покращення рівня іноземної мови. Зауважимо також, що самі здобувачі вищої освіти, які є високомотивованими, доволі часто ставлять питання щодо розширення власних освітніх горизонтів: саме тому фактор самостійної роботи є одним із важливих у процесі навчання іноземним мовам.

В такому контексті варто зазначити, що діджиталізація та інтернаціоналізація навчального процесу є тими факторами, які допоможуть усім учасникам освітнього процесу. Одним із ефективних шляхів вирішення цієї проблеми є стрімко набуваючий популярності в сучасній методиці тренд – використання «мобільного навчання» (або "m-learning") (Ю. Барабаш [1], Я. Брухаль, Я. Білик [2], А. Грушева, Л. Філіпова [3], Р. Гуревич [4] О. Мардаренко [5] та ін.) в процесі викладання іноземної мови.

Приміром, для здобувачів вищої освіти є доволі цікавим курс для самостійної роботи або ж вдосконалення навичок під назвою **«Easy English»/ «Easy German»/«Easy Spanish»**. Його переваги – двомовний переклад в субтитрах, автентичність діалогів, наявність вправ до контенту. Цей аудіокурс значно розширює межі існуючих підручників в аспекті лексики та граматики, оскільки взаємодіє із носіями мови. Цікавими та корисними є і приклади з граматики та пояснення тих культурних реалій, із якими стикається здобувач вищої освіти.

В якості іншого прикладу можна навести відомий **серіал «Extra»**. Він може стати в нагоді для студентів молодших курсів та містить учбово-навчальний комплекс із різними видами вправ (рецептивні, рецептивно-репродуктивні, репродуктивні), який дуже зручний у використанні. В аудіовізуальному вимірі формування соціокультурної компетенції відбувається інтенсивніше, оскільки студенти мають можливість не тільки чути, але бачити іноземні реалії на екрані. В залежності від рівня навчання студента можна запропонувати йому переглядати фільм як із субтитрами, так і без них.

До більш традиційних, але не менш ефективних способів є також використання аспекту **«домашнє читання»**: знайомство із автентичними текстами, новою лексикою та

граматичними структурами, а також виконання вправ після тексту сприяють і розширенню словникового запасу, і знайомству із іноземною культурою тощо.

Переваги такого способу організації самостійної роботи є незаперечними: це і сам **фактор мультимедійності**, який значно полегшує процес запам'ятовування нової лексики та неодмінно підвищує мотивацію студентів, і **фактор інформативності**, який сприяє розширенню соціокультурної компетенції та інтенсифікує міжкультурну комунікацію, і **фактор нелінійного викладення матеріалу**, що полегшує самостійну роботу студентів.

Звичайно, обмежений обсяг цієї публікації не дозволяє надати вичерпну інформацію щодо усіх видів самостійної роботи, які існують, втім, пунктирно окреслити ті найбільш доступні та ефективні шляхи під час роботі зі здобувачами вищої освіти все ж таки видається можливим. Таким чином, методична стратегія «мобільного навчання» в процесі організації самостійної роботи не тільки полегшує роботу викладача, але й слугує потужним фактором формування соціокультурної компетенції здобувачів вищої освіти. Вона мотивує їх до навчання, розширює світогляд, знайомить із іноземними реаліями життя, створює реальну комунікативну ситуацію.

Список використаних джерел

1. Барабаш Ю. Удосконалення іншомовної компетенції як важливої складової професійного розвитку особистості. *Педагогіка та психологія*. 2017. № 56. С. 201–205.

2. Брухаль Я., Білик Я. Сутнісні характеристики технології мобільного навчання іноземної мови як педагогічної інновації. *Young scientist.* 2017. № 6. С. 201–205.

3. Грушева А., Філіппова Л. Мобільне навчання: за і проти. *Професійна освіта: проблеми і перспективи*. К. : ІПТО НАПН України, 2015. С. 100–106.

4. Гуревич Р. С. Мобільне навчання – нова технологія професійної освіти XXI століття. *Вісник ЛНУ імені Тараса Шевченка. Педагогічні науки*. № 20 (255), 2012. С. 113–119.

5. Мардаренко О. Інтерактивні комунікативні технології освіти: мобільне навчання як нова технологія в підвищенні мовної компетенції студенів немовних ВНЗ. *Інформатика та математичні методи в моделюванні.* № 3 (Том 3), 2013. С. 288–293.

Твум К.,
студент спеціальності «Медицина»
Полтавського державного медичного університету;
Шевченко О.М.,
кандидат педагогічних наук,
доцент кафедри українознавства та
гуманітарної підготовки
Полтавського державного медичного університету
Україна, м. Полтава

НАЦІОНАЛЬНО-КУЛЬТУРНИЙ КОМПОНЕНТ ЯК ЗАСІБ ФОРМУВАННЯ СОЦІОКУЛЬТУРНОЇ КОМПЕТЕНЦІЇ

Система сучасної освіти у кожній країні орієнтована на формування у здобувачів освіти певних компетенцій. Соціокультурна компетентність є важливим фактором соціалізації особистості в суспільстві. Іноземні здобувачі освіти, які приїздять для здобуття вищої освіти в Україну, потрапляють у так звану ситуацію «культурного шоку». Цілеспрямована робота викладачів української мови як іноземної сприяє подоланню цієї ситуації. Адже однією з головних цілей навчання мови є формування соціокультурної компетенції.

Скрипник визначає соціокультурну компетенцію як сукупність лінгвокраїнознавчої, соціолінгвістичної та культурознавчої компетенцій, що дозволяють носію мови «орієнтуватися в соціокультурних маркерах автентичного мовного середовища» [6; с. 189]. Оволодіння соціокультурною компетенцією передбачає засвоєння необхідного мінімуму соціокультурних знань, а також вмінь узгоджувати свою поведінку відповідно до цих знань.

Соціокультурна та соціолінгвістична компетенція – це знання, уміння використовувати у спілкуванні та пізнанні іншомовні соціокультурні та соціолінгвістичні реалії [1, с. 56].

Соціокультурна компетенція поділяється на:

• країнознавчу компетенцію

• лінгвокраїнознавчу компетенцію

Країнознавча компетенція включає знання про культуру країни, її історію, географію, економіку, державний устрій, традиції.

Лінгвокраїнознавча компетенція передбачає володіння іноземними здобувачами освіти особливостями мовленнєвої та не мовленнєвої поведінки носіїв мови в певних ситуаціях спілкування. Іншими словами, сформованість у здобувачів освіти цілісної системи уявлень про національно культурні особливості країни [4; 5].

Формування та розвиток соціокультурних знань та умінь передбачає:

розширення обсягу лінгвокраїнознавчих та країнознавчих знань за рахунок нової тематики та проблематики мовного спілкування з урахуванням специфіки обраного профілю;

поглиблення знань про країну або країни вивченої мови, їх науку та культуру, історичні та сучасні реалії, громадські діячі, місце цих країн у світовому суспільстві, світову культуру, взаємини з нашою країною;

розширення обсягу лінгвістичних та культурознавчих знань, навичок та умінь, пов'язаних з адекватним використанням мовних засобів та правил мовної та немовної поведінки відповідно до норм, прийнятих у країні мови, що вивчається [6, с. 186].

Соціокультурне наповнення є обов'язковим для навчальних матеріалів, що застосовуються у навчальному процесі. У сучасних вітчизняних навчально-методичних комплексах української мови як іноземної міститься достатньо матеріалів країнознавчого характеру, зокрема, відомостей з історії, культури мови, що вивчається. В рамках навчальних предметів «Українська мова як іноземна початкового рівня» і «Українська мова як іноземна базового рівня» здобувачам освіти пропонуються наступні теми: «Місто, в якому я навчаюсь», «Полтава: історія та сучасність», «Україна», «Україна серед країн світу», «Видатні люди України», «Міста та люди», «Свята та пам'ятні дати України», «Україна спортивна» та багато інших. Країнознавчі матеріали можна успішно використовувати під час навчання всіх видів мовної діяльності під час занять з української мови як іноземної [7, с. 31]. Водночас, країнознавчі матеріали мають не лише знайомити іноземних здобувачів освіти із культурними артефактами, а й надавати зразки комунікативної поведінки, знайомити із системою цінностей та національною психологією, традиціями. Для формування у іноземних здобувачів освіти комунікативної та соціокультурної компетенцій недостатньо наситити практичні заняття країнознавчим матеріалом із мовними та мовними вправами. На практичному занятті потрібно вирішувати конкретні комунікативні завдання. Для підвищення мотивації та інтересу здобувачів рекомендується проводити паралелі: завдання викладача полягає у формуванні у здобувачів навичок говоріння українською про те, що його оточує, цікавить і чим він готовий поділитися зі своїм партнером міжкультурної комунікації. Саме регіонознавчий матеріал про історію, культуру, природу та географію рідних місць суттєво доповнить змістовну сторону мови. Для реалізації регіонального компонента в предметний зміст робочої програми можуть бути включені такі теми: «Місто в якому я живу», «Університет. Видатні лікарі», «Видатні науковці Полтавщини» та ін. [9]. Краєзнавчий матеріал наближає іншомовну комунікацію до особистого досвіду здобувачів, дозволяє їм оперувати у навчальній розмові фактами та

відомостями, з якими вони стикаються у своєму повсякденному житті. На основі цього матеріалу можна моделювати цілком реальні комунікативні ситуації: розмова про країну, в якій навчаюся; про її столицю; про місто, в якому я зараз живу; проведення віртуальної екскурсії містом тощо. Застосування соціокультурного компонента на заняттях з УМІ можливе за допомогою низки методів та прийомів: вивчення країнознавчих текстів, проведення екскурсій знаменними місцями, спільне проведення свят, демонстрація національних костюмів. Для плідної та ефективної діяльності здобувачів застосовуються нетрадиційні форми проведення занять: заняття – свято, заняття – віртуальна екскурсія, відеозаняття тощо. Викладання навчальної дисципліни «Українська мова як іноземна» дало змогу викладачам кафедри українознавства та гуманітарної підготовки Полтавського державного медичного університету розробити власний лінгводидактичний матеріал [10]. Викладачами був створений навчальний посібник з вивчення української мови як іноземної «Читаємо українською (соціокультурний аспект)» [3]. Посібник слугує моделлю реального спілкування іноземних здобувачів освіти українською мовою. У ньому представлений розроблений авторами тематичний матеріал щодо впровадження соціокультурного компонента в зміст навчальної дисципліни «Українська мова як іноземна». Посібник містить такі розділи: «Про себе», «Розваги і дозвілля», «Спорт у нашому житті», «Знайомтеся з Україною», «Великі й малі міста України» та інші. Кожен розділ містить тексти і діалоги, близькі іноземному здобувачу освіти з життя і навчання в Україні, про культуру, науку, освіту, досягнення українського народу («Університет, де я навчаюся», «На занятті з української мови», «У їдальні», «У кафе», «Розмова телефоном», «Піший похід у дендропарк», «Ми йдемо на футбол», «У книжковому магазині», «Знаменна подія в історії України», «Визначні місця України», «Київ – столиця України» та інші) [2, с. 52]. До кожного тексту складений словник незнайомих слів. Після кожного тексту містяться завдання, з якими вже на початковому етапі навчання іноземний здобувач освіти зможе впоратися. Тематика текстів викликає у здобувачів освіти зацікавленість прочитаним, роздуми про сучасне життя молоді, про традиції та звичаї українського народу.

Розвиток культурної компетенції іноземного здобувача освіти несе у собі великі можливості розвитку особистості здобувача, знижує етноцентризм, допомагає усвідомленню культурних відмінностей своєї культури, країни навчання (України), сприяє подоланню стереотипів і упередженого ставлення до іншої культури, веде до взаєморозуміння при іншомовному спілкуванні, долучає до світової цивілізації та загальнолюдських цінностей. Таким чином, важливий для дидактичних цілей діалог культур є запорукою ефективного навчання та виховання студентів-іноземців.

Список використаних джерел

1. Кушнір І. Сутність і структура соціокультурної компетентності іноземних студентів у контексті міжкультурної комунікації. *Мова і культура*. 2009. Вип. 12, т. III (128). С. 54–58.

2. Лещенко Т. Соціокультурний аспект посібника з української мови для іноземних студентів. *Актуальні питання медичної (фармацевтичної) освіти іноземних громадян: проблеми та перспективи*. 2018. С. 51–54.

3. Лещенко Т., Шевченко О., Козуб Г. Читаємо українською : посібник для іноземних студентів I–II курсів (соціокультурний аспект). I частина. 2018. 129 с.

4. Лещенко Т., Шевченко О., Юфименко В. Інтеграція компонентів культури в процес навчання іноземних студентів української мови. *Молодий вчений*. 2019. № 5.1.(69.1). С. 148–151.

5. Лещенко Т., Юфименко В., Шевченко О. Шляхи удосконалення мовної підготовки іноземних студентів. *Актуальні питання суспільно-гуманітарних наук та історії медицини*. 2018. С. 111–113.

6. Скрипник Н. Соціокультурна компетентність як складова мовної підготовки фахівців у вищому навчальному закладі. *Львівський філологічний часопис*. № 6. 2019. С. 186–190.

7. Шевченко О. Культурологічний компонент професійної підготовки іноземних студентів вищих медичних навчальних закладів. *Альманах науки*. 2018. № 5/2(14). С. 30–34.

8. Шевченко О. Педагогічні умови підготовки іноземних студентів-медиків у процесі вивчення української мови. *Естетика і етика педагогічної дії.* 2019. С. 178–187.

9. Шевченко О. Соціокультурний підхід до вивчення української мови як іноземної у медичному виші. *Проблеми і перспективи мовної підготовки іноземних студентів у закладах вищої освіти.* 2021. С. 314–316.

10. Шевченко О. Формування соціокультурної компетенції майбутнього лікаря. *Неперервна педагогічна освіта XXI століття*. 2018. Вип. 1 (13). С. 98–103.

Черепинська Л.В.,
вчитель-методист англійської мови
Запорізького класичного ліцею Запорізької міської ради Запорізької області
Україна, м. Запоріжжя

ASSESSMENT FO R LEARNING

In methodology assessment is considered to be a bridge between teaching and learning, the only way to discover if what was taught was actually learned. That is why it is essential to understand assessment in general and the assessment for learning in particular. A teacher does a lot of activities and techniques during the lesson and he needs to know what the results are. But it happens very often that there's a big difference between what a teacher expects the learners to know and what they really know, if the knowledge is being processed and the learners have performance based on assessment. No doubt that assessment for learning has a beneficial impact on teachers as well as learners.

From teachers' practice we can judge that assessment for learning encourages learners to develop approaches and attitudes to learning that helps them to become autonomous learners. Flexible approach to implementing assessment for learning will offer the learners a lot of benefits: encourage students to interact more in classroom discussions. Assessment involves knowing where we are in our learning at the starting point and where we are going to be. In other words, the teacher must know the goals of his/her learners. In this connection we must think of an instrument as tools to support the learners.

Formative assessment or assessment for learning is very close to diagnostic assessment. The only difference is that how the teacher uses it, for what purposes. What makes it diagnostic or formative is how the teacher gains understanding, and how the teacher is going to use the understanding, whether to provide support for specific difficulty or it is because the teacher needs to re-plan the program. Formative assessment is usually carried out within a topic you want to understand current learning and you want to address areas of difficulties which are specific. You are using strategies, ways, or practices to check their understanding of this specific point. Diagnostic, on the other hand, is usually carried out at the beginning of a new topic. It is used to identify what learners already know and can do. It helps the teacher to plan the contest specifically in order to address those gaps.

Another similarity between these two types of assessment is collecting information and providing feedback. And you need to provide this feedback on a regular basis. That means that after the assessment the teacher shares the information with the learners so that they understand where they lack knowledge or have misunderstanding and can collaboratively work to correct it. Feedback is just crucial to see a specific path.

Formative assessment takes place on a day-to-day basis during a learning process. It allows teachers and learners to assess attainment and progress. Formative assessment begins with diagnostic assessment which helps to know the specific scenario and the objectives, how to get learners to the specific outcome.

As to the function of the formative assessment, we have to think about practices and strategies like asking specific questions. You can decide if you want to ask open or close questions, you can have conversations with learners in order to find out how they are feeling, whether the contest has been appropriate for them. You can also set them a number of different tasks. But they should be easy to implement. They can be mini projects for learners and then you assess how they are developing and interacting with each other. Setting different quizzes can also be a great idea. And, of course, a short test can be given in order to check specific knowledge of something they have just learnt.

Self-assessment is a process of formative assessment during which students reflect on the quality of their work, judge the degree to which it reflects explicitly stated goals or criteria, and revise accordingly. Self-assessment as well as peer assessment are extremely important. At the beginning it might be difficult for the learners to perform it. The teacher can show and give the tools to students how to check what they have learnt by the end of the unit.

Students' portfolios are a compilation of students achievements that helps to see clearly the results of their work. Learners are free to reflect on their own progress and at the same time the teacher can observe this progress. Teachers should encourage learners to keep a portfolio, prove the importance of it to the learners. Because the portfolio can include the feedback the learners get, improvements they make. Before organizing students' portfolios the teacher should discuss the criteria for them with the learners. They should write the name of the topic, the plan and some points. This makes learning visible to learners. All in all, a portfolio is a more elaborative kind of assessment and it is longitudinal.

All the stages of formative assessment can better prepare students for summative assessment. By following those principles and using those strategies the idea is to help learners and teachers to reflect on goal, process and progress, foster self and peer assessment. It's something you need to do step by step, it strengthens critical thinking because learners understand criteria, they can comment and assess by using criteria. We need to consider formative assessment as a longitudinal process. A teacher and a learner can have a visible track of the learning path they have been through.

Список використаних джерел

1. The importance of Self-refelection in learning. Сайт «Cengage». URL : https://todayslearner.cengage.com/the-importance-of-self-reflection-in-learning/

2. Effective feedback: the key to successful assessment for learning. Сайт «Oxford University Press». URL: https://elt.oup.com/feature/ global/expert/assessment-for-learning?cc= ua&selLanguage=uk

Чех Ю.С.,
студентка спеціальності «Стоматологія»
Полтавського державного медичного університету;
Жовнір М.М.,
кандидат філологічних наук, викладач
кафедри українознавства та гуманітарної
підготовки Полтавського державного медичного університету
Україна, м. Полтава

КОМУНІКАТИВНА СТРАТЕГІЯ РОЗВАГИ ТА ЇЇ МОВЛЕННЄВІ ТАКТИКИ

В КОНТЕКСТІ СТУДЕНТСЬКОГО СПІЛКУВАННЯ

Перебіг та успіх будь-якого спілкування уповні залежить від загальної психологічної атмосфери, яка панує під час розмови. Ураховуючи малоінформативний, подеколи фатичний характер студентського неформального спілкування, контроль за тематичним наповненням та формою втілення поступається головному – підтриманню психологічного комфорту його учасників.

У цій праці ми фокусуємо увагу на комунікативній стратегії розваги та її основних тактиках, використовуваних студентами. Мета розвідки – аналіз особливостей реалізації мовленнєвої тактики компліменту, жарту, висловлювання власної думки, плітки в жанрі студентських неформальних бесід.

Зауважимо про цікавість науковців до розгляду питань, пов'язаних із поняттями стратегій і тактик в теорії комунікації. Ґрунтовному вивченню окреслених проблем присвячені наукові розвідки учених-жанрологів, таких як І.О. Іссерс, П.В. Токаревої, Є.А. Гагарської, І.Н. Борисової, І.В. Труфанової, Є.В. Клюєва, К.Ф. Сєдова, А.П. Сковороднікова, Н.І. Фомановської та інші. Утім, студентські бесіди не були комплексно досліджені в цьому контексті.

Головна інтенція стратегії розваги полягає у збагаченні спілкування чимось новим, цікавим, часом невідомим для мовців. За тлумачним словником розвага, найперше, – «те що розвеселяє, розважає людину» [2]. Таке семантичне наповнення лексеми окреслює суть самої стратегії та уможливлює виокремлення конкретних комунікативних тактик: жарту, розповіді, плітки, компліменту тощо.

З метою розваги співрозмовників часто комуніканти вдаються до жартів, як «сказаного чи зробленого для розваги, сміху; дотепу, витівки; чого-небудь несерйозного, незначного» [2]. Головна інтенція зауваженої комунікативної тактики – розвага, створення сприятливого для спілкування клімату. З метою адекватної реакції співрозмовників мовцеві доцільно дотримуватися вимог до жанру:

1) доцільності комічного мовного жанру в цілому;
2) етичної доречності (вибору відповідного об'єкта);
3) етикетної виправданості;
4) оригінальності змісту (новизни, актуальності, нейтральності);
5) тактовного ставлення до співрозмовника.

Комплексне дотримання зауважених вимог не лише сприятиме досягненню поставленої мовцем мети (розвага), а й виводитиме спілкування на новий рівень. Вдалий жарт акумулює у собі як ефект заповнення комунікативної паузи, так ефект чисто розважальний.

Жарти найперше властиві американській культурній спільноті. Так, в англомовній дійсності на позначення подібних реалій використовуються лексеми *joke*, *canned joke*, *funny story* (жарт, цікава розповідь про щось). До подібної тактики під час розмов вдаються і французи: *historie* («бувальщина») / *amusante historie* (цікава історія) є її невід'ємним атрибутом. При цьому за семантичним наповненням до українського тяжіє німецьке *witz* (жарт, гостреньке влучне слівце). Їх вдале використання у ході ведення комунікації між студентами створює сприятливу для них атмосферу невимушеності.

Спільність інтенції – розвага співрозмовників поєднує тактику жарту з тактикою розповіді. Остання, як правило, має двоякий характер: акумулює в собі інформативність і фатику. Запропонована у ході невимушеного спілкування однолітків цікава історія (з власного життя, досвіду друзів, колись прочитана чи побачена) характеризується цілісністю поданої інформації, перевагою монологічною формою мовлення всередині діалогу чи полілогу. При цьому головною стратегічною лінією спілкування вважаємо згоду, кооперацію, позитивну реакцію всіх учасників інтеракції. Основна мета мовця – розвага співрозмовників. Інтенція

останніх – сприйняття інформації та сприяння реалізації цілей мовця. Підтримка комунікативної ініціативи мовці та зацікавленість слухачів може виявлятися у репліках-повторах, вигуках, перебиваннях, перепитуваннях, заувагах, які не мають прямого відношення до мовця. Такими стереотипними мовними індикаторами можуть бути: *Це ж треба!; Де таке чувано?!; Не може бути!; Я вперше про це чую; Ти чув / чула!; Невже?; О Боже!; Маєш рацію; Цілком згоден* та інші.

Хід розповіді може перериватися репліками-запитаннями *(Де ти про це читав / читала?; Це правда?; Ти нічого не плутаєш?;Що?, Дивина!* тощо*)* та репліками-проханнями *(Повтори, будь ласка; Чи не можеш сказати більш точно; З ким ти говориш це трапилося* та ін.). Доречним до зауважених долучити репліки оцінного характеру. Такими у ході бесіди між студентами можуть бути такі: *Я з тобою повністю погоджуюся; Згоден; Абсолютно точно; Не можу погодитися; Точно підмічено; Просто диво!; Дивовижно!; Який жах!* та ін.

Тактика плітки, використана з метою розваги співрозмовників, не має негативного відтінку агресивності чи конфліктності. Конфліктна складова, невід'ємний компонент пліток як мовних жанрів, у ході розглядуваного спілкування або зовсім втрачає свої позиції або помітно послаблює їх. У рамках розглядуваних бесід доцільно відмовитися від стереотипного потрактування плітки як «не підтвердженої дійсними фактами чутки, звістки про кого-, що-небудь; поговору» [2].

Плітки доречно інтерпретувати, надаючи лексемі м'якшого семантичного наповнення. Як наслідок, плітка у розмові – своєрідний жанровий мікс, поєднання чуток, життєвих історій, каламбурів тощо. При цьому такі аспекти мовного жанру плітки, як викривлення поданої мовцем інформації, анонімність джерела повідомлення часто зберігаються. Головна інтенція тактики – розвага учасників комунікації, створення відповідної, сприятливої для подальшого обміну думками атмосфери спілкування.

Тактика плітки містить характеристику «третіх» осіб, іноді іронічну чи навіть саркастичну. Щодо реалізації на мовному рівні, зауважуємо вживання стереотипних мовних конструкцій: *Що я тобі зараз розповім; Ти не повіриш, але…; Я таке почув…; Те, що я зараз розповім – таємниця; Знатимеш про це лишень ти; Нікому ані слова тощо.*

Під час розмов студенти можуть вдаватися до тактики компліменту. Недоречно ототожнювати комплемент із лестощами, оскільки комплементами вважають не лестощі, які говорять людям з певного приводу, точніше свідомо перебільшуючи виловлювання про якості конкретної людини, а щось, з метою її задоволення, але не для отримання користі, чим і відрізняється від лестощів. При цьому розмежування зауважених понять досить проблематичне і часто їх визначення напряму залежить від контексту, комунікативної ситуації в цілому. Важливим вважаємо і диференціацію компліменту та похвали. Як бачимо, уживання компліменту з метою розваги не суперечить законам фатичних / інформативних бесід, зокрема й між студентами, а навпаки передбачений ними.

При цьому у рамках неформального спілкування спостерігаємо типологічне розмаїття компліментів (прямий, відносний, комплімент-антитеза, комплімент-відповідь). Щодо об'єктів компліменту, зазначаємо: він передовсім стосується одягу, зачіски, зовнішності співрозмовників, їх позитивних якостей, поведінки тощо.

У випадку відносного компліменту маємо його опосередковане відношення до адресата. Комплімен-антитеза психологи визначають, як найемоційніший і такий, що запам'ятовується надовго. При цьому «плюс» не має переважати за значенням «мінус». Гіперболізація природних можливостей, особистих якостей чи зовнішніх даних співрозмовника сприймаються позитивно, часто інтерпретуються як «погладжування». Як наслідок – покращення настрою, емоційне піднесення. Компліменти-відповіді досить однотипні. Їхня структура передбачає миттєву реакцію адресата на ініціальну репліку (власне комплімент). Можемо говорити про прямий обмін компліментами. При цьому студенти мають бути

толерантними, адже «бути толерантним – ознака найбільшої гідності, достойності та самоповаги» [1, с. 155].

Отже, однією з основних стратегій, використовуваних студентами під час бесід вважаємо стратегію розваги, реалізовану мовленнєвими тактиками жарту, розповіді, плітки, компліменту та відповідними словесними маркерами.

Пропонована праця не вичерпує можливих аспектів дослідження розглядуваної проблеми. Перспективним бачиться подальший аналіз та опис комунікативних стратегій і тактик, представлених у студентських неформальних бесідах.

Список використаних джерел

1. Жовнір М. М. Мовні індикатори вираження толерантності в медичному дискурсі художньої літератури. URL: http://elib.umsa.edu.ua/bitstream/umsa/8737/1/Zhovnir%20M.pdf (дата звернення: 10.09.2022).

2. Яременко В., Сліпушко О. Новий тлумачний словник української мови : у 3-х т. Київ : Аконіт, 2001. 926 с.

СЕКЦІЯ 5
ЗАРУБІЖНІ МАС-МЕДІА: ПРОБЛЕМИ, ВИКЛИКИ, ПЕРСПЕКТИВИ

Плакся М.О.,
студент спеціальності «Право»
ДВНЗ «Національний університет біоресурсів
та природокористування України»;
Нєлєпова А.В.,
кандидат педагогічних наук,
доцент кафедри інформаційних систем і технологій,
ДВНЗ «Національний університет біоресурсів
та природокористування України»
Україна, м. Київ

МЕТОДИ ІНФОРМАЦІЙНИХ МАНІПУЛЯЦІЙ В ГЛОБАЛЬНОМУ ПРОСТОРІ ТА СПОСОБИ ПРОТИДІЇ

Вступ. Ця тема є актуальною, тому що у сьогоднішніх реаліях інформаційна гігієна та розуміння основ роботи світового, глобального інформаційного простору є вкрай необхідною для адекватної оцінки поточної ситуації в Україні та світі. Від розуміння та належного аналізу інформаційного фону залежить правильність та адекватність прийнятих рішень, а у деяких випадках, навіть безпека, здоров'я та життя людини. Саме тому, ми вважаємо, що знання методів маніпуляції попереджує можливий обман, тому може, людей.

Цю тему досліджували автори таких наукових тез: Л. Ланге, Д.Н. Узнадзе, М.Й. Варій, Ю.А. Голодникова, В. Пауль, П. Сінгх, Ю. Шерковін та ін.

Маніпуляції – такий вид психологічного впливу, продумане використання якого може викликати приховане пробудження у іншої людини намірів, які не співпадають з її актуальними бажаннями. [1] «Медіа формують реальність», «Медіа маніпулюють» – ці твердження ми чуємо дуже часто, так само не рідко можна почути «Мною маніпулюють? Ні, це неправда. Я в курсі того, що я читаю, і сам формую власну думку на ці теми». Ну... Ви впевнені? Кожен з нас може стати жертвою маніпуляцій, поширених у засобах масової інформації, оскільки техніки, які використовуються для цього, ми вже навіть не помічаємо, бо часто стикаємося. Важливо знати про їх існування та бути обережними, коли ви зустрічаєте їх у будь-яких джерелах інформації.

Авжеж розглянути всі методи маніпуляцій неможливо, але ми дослідимо основні, саме ті, з якими стикаємося кожного дня.

1. Фейкові фото/відеоматеріали, технологія Deepfake

Завдяки швидкому розвитку новітніх технологій у світі фото, відео матеріали більше не вважаються неспростованими доказами, їх можна підробляти, змінювати, створювати нові та ілюструвати події фейковими світлинами, але все ж люди продовжують використовувати їх у соціальних та масових медіа. Щоб не бути обманутим таким способом, ми рекомендуємо наступне: використовувати надійні, міжнародні, незалежні інформаційні агентства як опору. Як правило, вони проводять гарний фактчекінг та бережуть свою репутацію, тому такого роду низькоякісні маніпуляції їм не притаманні. А також, якщо виникають додаткові сумніви, перевірити фото або відео можна через сервіс google, пошук по фото/відео і таким чином, можна побачити всі публікації, які містять даний файл. Далі, ми можемо проаналізувати побачене і зробити висновки щодо правдивості, або ж навпаки, хибності вжитої нами інформації.

2. Інформаційна бульбашка

Не всі люди усвідомлюють, але насправді кожен з нас знаходиться у інформаційній бульбашці. У всіх нас є певні джерела інформації, на основі яких ми формуємо своє бачення того, що відбувається навколо нас, в нашій країні, у цілому світі. І сучасна діджиталізована система вподобань та рекомендацій з одного боку допомагає бачити лише те, що нам цікаво, бачити лише тих людей, чию позицію ми підтримуємо, бачити ту інформацію, яка підтверджує та співпадає з нашою картиною світу. Але в той же час це є дуже підступним моментом, тому що людині може здаватись, що тільки її точка зору правильна, якщо в інформаційному просторі не представлені альтернативи. В перспективі така бульбашка навколо людини може сильно деформувати уявлення індивіду про події, які відбуваються у світі, створити «паралельну реальність». Щоб протидіяти цьому, необхідно вибудувати свій інформаційний потік так, щоб були представлені різні точки зору, і чим більше, тим краще. Для цього ми можемо використовувати ті інструменти, які соціальні медіа використовують щоб підібрати контент: лайки, підписки, перегляди. Наприклад: ставлячи лайки під публікаціями різних інформаційних агентств, які представляють різні, конкуруючі у інформаційному полі точки зору, ви зможете сформувати більш об'єктивну думку щодо реалій навколо.

3. Опитування та думка більшості

Кожен із нас, хто хоч раз бачив процентні діаграми, стовпчики чи таблиці, може сказати, що ці цифри впливають на думку навіть більше, ніж будь-які шестизначні числа. Відсоток різних точок зору на одну річ – сильний метод маніпуляції. Крім того, ще більше, нас переконує короткий текст, що описує представлені результати опитування. Наприклад, «у представленому опитуванні 90 відсотків поляків сказали, що партія X набагато краща за партію Y».

Проте з цим твердженням важко погодитися, коли виявляється, що опитування проводилося лише на 100 представниках у країні, з населенням близько 38 мільйонів. Не кажучи про те, що опитування взагалі могло не проводитись, а статистичні дані просто підібрані під цілі інформаційної кампанії.

Гарантами правдивості дослідження можуть виступати платформи для проведення опитувань, такі як «Survey Monkey». Вони надають доступ до кількості опитаних людей, їх географії та, за бажанням, багато інших метрик, які допоможуть зрозуміти правильний масштаб та результати дослідження.

4. Посилання на авторитет

Пан у білому медичному фартусі, якого показали по телевізору, сказав, що вам слід уникати кави та їсти більше помідорів? Гаразд, він лікар і повинен знати правду! Цитата в газеті: «Ті, хто проти іммігрантів, є злом і не повинні називати себе людьми» була описана як слова всесвітньо відомого письменника? Тоді… він не може помилятися!

Однією з найпопулярніших технік маніпулювання є звернення до авторитетів, тож використання цитати людини, до якої варто прислухатися, оскільки він або вона знає щось краще за вас через свою посаду. Це не означає, що медичні експерти не мають рації, коли мова заходить про здоров'я, але засоби масової інформації дуже часто використовують їх, щоб внести у ваш розум свою власну точку зору. Спосіб протидії цьому виду маніпуляції дуже простий – треба просто перевірити. Якщо авторитетна людина робить заяву або висловлює свою думку через мережу інтернет, це має бути офіційний аккаунт людини або ж відео цього висловлювання. Також необхідно пам'ятати, що всі люди помиляються і не можна сприймати за істину в останній інстанції думки одного, навіть найавторитетнішого індивіда.

5. Зловживання довірою

Також одним зі способів маніпуляцій є зловживання довірою. Ми звикли довіряти певним брендам та компаніям: часто не рахуємо скільки решти нам дали на касі, віримо що Apple зніме з нашої кредитної картки саме стільки грошей, скільки було вказано у ціннику, віримо, що надпис на упаковці «без ГМО» означає, що всередині дійсно нема генетично

модифікованих організмів, але чи це завжди так? Відповідь очевидна – ні, компанії можуть користуватись довірою своїх клієнтів. Візьмемо реальний кейс: через відсутність агронома, компанія «Екоферма-Соколово» не змогла виростити еко-овочі за усіма стандартами якості і не отримала відповідний сертифікат, але все ж продовжила продавати свою продукцію як екологічно чисту. Така маніпуляція стала можливою через те, що у 2019, 2020, 2021 роках екоферма отримувала сертифікати і збувала дійсно екологічно чисту продукцію. Щоб не стати жертвою такого обману, не потрібно довіряти компаніям, державі та будь-кому всеціло. Необхідно читати умови використання продуктів, перевіряти наявність сертифікатів якості та обачно ставитись до реклами, розуміючи, що у компаній є свої інтереси, які не завжди збігаються з вашими.

Як ми бачимо, існує багато технік маніпулювання, якими щодня користуються сотні журналістів, репортерів або впливових осіб. Люди повинні добре знати їх, щоб мати можливість уникнути їхнього впливу та усвідомлювати той факт, що той, хто маніпулює, хоче, щоб ми думали про деякі речі їхнім особливим способом. Потрібно шукати більше технік маніпуляції та боротися з маніпуляцією, яка дуже часто дорівнює брехні.

Список використаних джерел

1. Присяжнюк М. М. Прийоми маніпулювання свідомістю людей через засоби масової інформації. *Сучасні інформаційні технології у сфері безпеки та оборони*. №1(1). 2008. С. 51–58.

НАПРЯМ:
СОЦІОЛОГІЧНІ НАУКИ

СЕКЦІЯ 1
ТЕОРІЯ ТА ІСТОРІЯ СОЦІОЛОГІЇ

Kapiton A.M.,
doctor of pedagogical sciences, associate professor
of the department of computer and information technologies and systems,
National University «Yuri Kondratyuk Poltava polytechnic»
Ukraine, Poltava

THE SOCIAL COMPONENT OF THE DEVELOPMENT OF SOCIETY INFORMATIZATION

The category "development" is of particular importance in the rapid changes in today's society. It has a fairly broad interpretation and is often used in appropriate combinations: economic, socio-economic development, development of the economy of Ukraine (or another country), certain processes, etc. Each variant of the use of this category has a scientific basis for any progressive change – economic, technical, technological, informational, humanitarian, social, cultural, etc.

The development of the national economy is a multidimensional and multifaceted process and is usually considered from the point of view of a set of different social, economic, technological, and informational goals. Even if it is only about economic development, it is usually studied together with social development and includes: the growth of production and incomes; changes in the institutional, social and administrative structures of society, in social consciousness, in traditions and habits, etc.

This understanding of development fundamentally distinguishes it from processes of mechanical growth or structural complications. For example, one-sided saturation of enterprises and industries with computers and other technical means and information products cannot be considered an example of development. Although today in the economic and technical literature there is such a view, when saturation with technical and technological means, which in practice have sufficiently high prices (which affects the assessment of fixed assets and the cost of products and services), is already assessed as a progressive process [1, 2].

The analysis of scientific and pedagogical literature makes it possible to conclude that the use of modern information technologies and software products developed on their basis is an actual problem, the solution of which allows to determine promising directions of development in the economy and other fields. The author believes that this is not a complete answer to the question of the positive impact of the information component and general informatization processes on the national economy, its industries and individual enterprises, as well as strategic development priorities. The works of many scientists are devoted to the problems of the formation and development of the information society and the activation of informatization processes [3, 4].

Modern processes of intensifying the use of information and modern information technologies as a strategic resource characterize the beginning of a new era – full-scale informatization. This largely determines the formation and development of a new system – an information society, which will take into account the elements of market economy with all components of the internal regulatory mechanism and external state regulatory policy.

Within the scope of scientific research, new criteria for evaluating positive and negative processes of informatization should be formed, which will significantly reduce crisis and pre-crisis conditions in this field and form the optimal structure of the needs of the national economy. In

accordance with the needs of the development of the information society, scientists are forming a theoretical and methodological base for new areas of research on information activities, the information market, informatization, product characteristics of information products and services, etc. In its essence, informatization is a general and inevitable process of the development of human civilization, a period of mastering a new informational picture of the world, awareness of the unity of the laws of functioning, creation of an information production and processing industry. Modern information processing and transmission systems form a kind of peculiar circulatory system that connects separate blocks of information into a single whole [1, 4].

We believe that this process has a very broad interpretation. Informatization is a systematic process of introducing the achievements of informatics methods and new information technologies into public life, scientific-technical, socio-economic, technological, socio-cultural and other institutions of the state, with the aim of increasing their effectiveness, democratization, as well as humanitarianization, harmonization and humanization of society.

Informatization is a sufficiently broad and rapid process of introduction of the latest technologies both in social life in general, and has certain features and characteristic features within the framework of implementation and implementation in the national economy. Yes, today it is impossible to implement the latest technologies, innovations and other scientific and technical progress without an informational component [2, 3, 4].

The modern progress of the economic, social, labor, cultural and technical development of mankind is determined by a number of mutually determined processes. The most important of them, which are closely related to the information component and informatization, are the following:

First, the information component of scientific and technological progress, which actively ensures the quantitative and qualitative growth of information resources.

Secondly, activation of the processes of informatization of the market environment, as the most powerful economic mechanism of development, which is expressed in internationalization, globalization and full informatization of social processes.

Thirdly, the continuous development and improvement of information technologies, which form the information transparency of the entire global space, for the developers of the so-called "meta-technologies" gives a concrete advantage in the development of all components of the national economy. Fourthly, informational transparency of any economic activity, primarily at the business level, is becoming an equally significant socio-economic phenomenon.

Fifth, information transparency forms and adapts new standards of culture - information.

However, informatization in itself should not be the goal of national development. In the author's opinion, it should be the formation of the modern informational potential of society and the corresponding national economy. The informational potential of society in a broad sense is an accumulated informational resource that will form new strategic factors for the possibility of development. The informational potential of society in the narrow sense is an activated, calculated and largely implemented informational resource.

Thus, the informational potential of society is the informational resource of society together with the means, methods and conditions that allow it to be adapted, activated and effectively used. Determination of the information potential, its evaluation and diagnosis provide a real opportunity to account for the available advantages and disadvantages, which must be taken into account and eliminated within the framework of tactical and strategic planning of informatization processes.

References

1. Kiyaev V. Information technologies in management *S. U.* 2018. 362 p.

2. Morze N., Kuzminska O., Protsenko Public Information Environment of a Modern University, ICT in Education, Research and Industrial Applications: Integration, Harmonization and Knowledge Transfer, EUR Workshop Proceedings. 2013. pp. 264–272.

3. Лепа Р., Пищенко Ю. Информационные технологии в принятии управленческих решений. Экономические проблемы и перспективы стабилизации экономики Украины: Д., 2010. С. 330–351.

4. Гафіяк А.М. Особливості розвитку ринку інформації та індустрії інформаційних технологій в умовах єдиного інформаційного простору. *Вісник національного університету «Львівська політехніка». Серія: Комп'ютерні науки та інформаційні технології*. 2013. Вип. 771. С. 24 – 28.

СЕКЦІЯ 2
СОЦІАЛЬНІ СТРУКТУРИ ТА СОЦІАЛЬНІ ВІДНОСИНИ

Фролова Д.В.,
магістрантка спеціальності «Соціальна робота»
Національного університету «Запорізька політехніка»;
Дударьов В.В.,
кандидат політичних наук, доцент,
доцент кафедри соціальної роботи та психології
Національного університету «Запорізька політехніка»
Україна, м. Запоріжжя

КОНВЕНЦІОНАЛЬНА ТЕОРІЯ СПРАВЕДЛИВОСТІ ДЖ. РОЛЗА

В розгорненому вигляді конвенціональна теорія справедливості розроблена в працях видатного американського соціолога і філософа Дж. Ролза. Його версія суспільного договору, ситуація гіпотетичного вибору, яку він назвав «вихідною позицією», вперше була висунута їм ще в 1958 р. і з тих часів постійно уточнюється і розвивається автором. Її метою була розробка моделі соціального вибору через звернення до спеціально для цього сконструйованої ситуації індивідуального вибору, який легше вирішується завдяки інтуїції і процедурам процесу ухвалення рішення.

Своє завдання Ролз бачив в тому, щоб «побудувати таку теорію справедливості, яка підніме на вищий рівень абстракції відому теорію суспільного договору, засновану в працях Локка, Руссо і Канта. Вибір, здійснюваний раціональними індивідами в цій гіпотетичній ситуації рівної свободи, детермінує принципи справедливості» [2, с. 237–238]. Припущення, що суспільний договір є адекватною моделлю для виведення принципів справедливості, пов'язане з переконанням Ролза, що чесність угоди забезпечується згодою його учасників з принципами, яким вони підкорятимуться в майбутньому. Саме тому Ролз назвав свою теорію «справедливість як чесність».

Конвенційна ідея виражена Ролзом вельми чітко і безумовно. Укладаючи суспільний договір, «група людей повинна раз і назавжди вирішити між собою, що є справедливістю, а що – несправедливістю», і принципи, на яких вони зупиняються, повинні «управляти всіма подальшими критиками і реформами інститутів». З цієї точки зору суспільний договір виглядає як звичайний контракт або операція, тільки дуже широка. Тому Ролз і підкреслює, що його погляди лежать в традиції суспільного договору Локка і Руссо. Основна ідея полягає в тому, що справедливість є об'єктом угоди. «Таким чином, ми повинні уявити собі, що ті, хто бере участь в соціальній співпраці, разом виберуть в єдиній сумісній дії принципи, що включають основні права і обов'язки, і визначать розподіл соціальних благ» [2, с. 236].

Але для Ролза, так само як і для його ідейних попередників, початковий договір – це не реальний історичний контракт, а гіпотетичний. Його життєздатність залежить не стільки від суті домовленості, скільки від ідеї, що за необхідних гіпотетичних умов може бути досягнуто угоди. Можна сказати, що ролзовський суспільний договір належить до сфери уявного навіть більшою мірою, ніж в інших філософів-контрактаристів. Не тільки його договір ніколи не був поміщений, але передбачається, що й укладали б його ніколи не існуючі люди. З цієї точки зору його теорія, затверджує М. Сендел, є «гіпотетичною вдвічі» [1, с. 42].

Проте, автор цієї концепції вважає її цілком реальною конструкцією, застосованою до конкретних умов цивільного суспільства. Конвенційний характер самого феномена суспільної справедливості, по Ролзу, означає, що люди свідомо, на раціональній основі повинні

«встановлювати права й обов'язки в основних інститутах суспільства» і «визначати відповідний розподіл благ і тягот в умовах соціальної співпраці» [2, 18].

При цьому під основними інститутами він розуміє політичний устрій, а також правовий захист свободи думки і совісті, конкурентну ринкову економіку, приватну власність на засоби виробництва, моногамну сім'ю. Усі разом основні інститути визначають права і обов'язки людини, роблять вплив на його життєві перспективи і являються головним суб'єктом справедливості. Її принципи зумовлюють вибір політичного устрою і основоположних елементів економічної і соціальної системи. Конвенційні принципи можуть трактуватися як захист тих фундаментальних прав і обов'язків людини в суспільстві, щодо яких до статуту домовленість в чесних, неупереджених умовах.

Ці умови, по Ролзу, полягають в наступному:

1) співпраця людей можлива і необхідна;

2) учасники договору дотримуються принципу раціонального вибору;

3) вони прагнуть до отримання певних пріоритетних благ, які в широкому сенсі Ролз характеризує як права і свободи, можливості і владу, доходи і добробут – іншими словами, загальні блага, необхідні, з його точки зору, для отримання будь-яких інших індивідуальних благ;

4) договірний процес обмежується мінімальними вимогами моралі, достатніми проте для того, щоб принципи, ухвалення учасниками договору, носили загальний, універсальний з погляду застосування суспільний характер, виступали як критерій остаточного рішення при необхідності судового розгляду;

5) учасники договору володіють відчуттям справедливості і прагнуть схвалити відповідні принципи [2, с. 126–130].

Ці умови, хоча б в елементарній формі, є на будь-якій стадії соціальної еволюції, але в найбільш розвиненій формі вони присутні в цивільному суспільстві. Вимоги справедливості несуть в собі традицію, загальну концептуальну основу, властиву будь-яким її проявам. Справедливість, затверджуючись як момент духовного життя, виражає цілісну оцінку всіх суспільних відносин і людської діяльності. Цілісність – важлива характеристика соціальної справедливості як соціально-історичного феномена. Вона цілісна в тому сенсі, в якому властиві їй соціальні прояви не ізольовані, а знаходяться у взаємному зв'язку в своїй сукупності утворюючи конкретно-історичний феномен, що має системний характер.

Список використаних джерел

1. Буричко З.О. Справедливість як ключовий чинник відносин «людина – держава» у теорії Дж. Ролза. *ГРАНІ. ФІЛОСОФІЯ*. 2014. № 5. С. 42–47.

2. Ролз Дж. Теорія справедливості. Київ : Основи, 2001. 822 с.

Худавердієва В.А.,
кандидат економічних наук, доцент,
доцент кафедри туризму
Державного біотехнологічного університету
Україна, м. Харків

ОСОБЛИВОСТІ КУЛЬТУРНОГО ТУРИЗМУ І ЙОГО ЗНАЧЕННЯ У ГЛОБАЛЬНИХ СОЦІАЛЬНИХ ВІДНОСИНАХ

Компоненти культурної спадщини у повсякденному житті дозволяють зберігати наступність поколінь, сприяє вихованню молоді, підтримує високий рівень освіти та культури

населення. Тим самим, різні народи, протистоять надмірному впливу універсальних тенденцій, якими насичені глобальні взаємозв'язки. Розвиток культурного туризму неможливий без культурної спадщини, оскільки передбачає використання історико-культурного потенціалу країни. Основною метою культурного туризму є знайомство з архітектурою, живописом, музикою, театром, фольклором, традиціями, звичаями, образом та стилем життя людей – культурою та історією країни. У світі динамічно і повсюдно зростає значення туризму. Нині туризм розвивається у різних країнах у якості складного економічного та соціокультурного явища, що базується на багатих традиціях туристичної діяльності, як форми відпочинку та проведення вільного часу, що надає людині можливість відновлювати фізичні та психологічні сили. Культурний туризм передбачає вивчення справжнього життя народів, дозволяє туристам потрапити в інший світ, побачити «інше життя», дає можливість людям оцінити різноманітність культур, способу життя та природного середовища. Він дає туристам можливість міжкультурного обміну, «може забезпечити розвиток школи толерантності, де кожен може зіткнутися зі світом, який є унікальним і різноманітним» [1].

Перед людиною відкриваються можливості не через «екран», а в реальній дійсності опинитися в екзотичному природному середовищі, ознайомитися з матеріальними історичними цінностями та з досягненнями технічної думки [2]. З одного боку, культурний туризм – не нове явище, оскільки подорожі з метою ознайомлення з справжнім життям інших народів з'явилися ще в Середньовіччі. З іншого – культурний туризм на етапі як термін виник недавно і перебуває у процесі активного становлення, насамперед це стосується культурного вітчизняного туризму, аналізованого у цьому дослідженні. Можна виділити низку умов, дотримання яких дасть туристу можливість отримати справжні враження:

- бажання самого туриста пізнати справжнє життя будь-якого народу;
- бажання місцевого населення показати туристові справжнє життя та культуру свого народу;
- зусилля, які докладає сам турист, щоб відвідати місце проживання етносу, що його цікавить;
- взаємодія туристів та місцевого населення в історичному середовищі проживання етносу, яке не піддається впливу сторонніх культур.

Посилення ролі туризму у глобальних взаємодіях людей різних країн відбувається за допомогою міжнародного туризму, оскільки певна частина населення планети отримує можливість переконатися в культурному різноманітті та єдності сучасного світу. Таким чином, туристична активність виявляється багатоцільовим соціальним механізмом, що дозволяє людині задовольнити цілий спектр запитів, одночасно реалізуючи різні властивості характеру та власний активний потенціал. Динаміка культурних взаємодій людей у глобальних процесах висуває на перший план туристичної діяльності такий важливий напрямок як культурний туризм. Зроблений аналіз цього феномена дозволив виділити типологічно різні види культурного туризму:

- подорожі, повністю присвячені культурним цілям і забезпечені відповідною культурною програмою (в цьому ряду можна вказати історичний, музейний, освітній,

релігійний тощо туризм);

- подорожі, частково націлені на культурну програму, а частково, пов'язані з іншими цілями (рекреаційними, спортивними, розважальними тощо);
- подорожі, віддалені за цілями від культурного туризму, але, проте, насичені культурними враженнями (шоп-тури, діловий туризм і т.ін.).

Все це свідчить про те, що у розвитку туристичної діяльності культурний туризм займає одну з лідируючих позицій як за різноманіттям та обсягом цільових програм, так і за масштабами культурних інтересів та потреб мандрівників. Все це змушує суспільство з розвиненою туристичною інфраструктурою дбайливо ставитися до своєї культурної

спадщини. Отже, основною метою культурного туризму служить знайомство з архітектурою, живописом, музикою, театром, фольклором, традиціями, звичаями, образом та стилем життя людей – культурою та історією країни. Поняття «культурний туризм», «пізнавальний туризм» у міжнародному туризмі об'єднані цією метою і ставляться, скоріше, до традиційних. ЮНЕСКО, наприклад, розглядає культурний туризм як окремий вид, що враховує культуру інших народів [1].

В умовах глобального розвитку туризму, з тенденціями зростання культурного туризму у всіх його проявах, процес комерціалізації культурної та природної спадщини набув глобального характеру, охопивши всі регіони світу та перетворивши проблему збереження культури країн та народів для наступних поколінь в одну із світових проблем [3].

Саме культурний туризм значною мірою здатний знижувати негативні ефекти глобалізму, надаючи мандрівникам можливість познайомитися з унікальним внеском кожної спільноти у світову культуру [2]. Україна має у своєму розпорядженні величезний потенціал культурних ресурсів, здатних розвивати безліч різновидів культурного туризму. Для нашого суспільства характерно, по-перше, наявність класичної культурної спадщини світової спадщини (як правило, пов’язаної з вітчизняною культурою та православ’ям). Всі області країни можна розділити на групи залежно від ступеня розвиненості культурного потенціалу та реального використання культурних ресурсів у туризмі: У першій групі регіонів є високий потенціал та активне використання культурних ресурсів у туристичній діяльності [2].

Нині ці рекреаційні зони також починають розвивати деякі види, культурного туризму. Нарешті, більшість областей має бути віднесено до третьої групи. Тут або не існувало туристичної інфраструктури обслуговування і, таким чином не було туристичних потоків, або ця інфраструктура мала лише місцеве значення, а культурна компонента недооцінювалася і не розвивалася. Розвиток культурного туризму, по суті, неможливий без культурної спадщини, оскільки передбачає використання історико-культурного потенціалу країн. В даний час багато з регіонів, що потенційно мають культурні ресурси, планують ввести їх у туристичний оборот. Особливо перспективні в цьому відношенні регіони, в яких проживає, по-перше, змішане в етноконфесійному відношенні населення. У низці регіонів країни, в яких не була раніше розвинена інфраструктура обслуговування, зараз йде освоєння місцевих ресурсів з метою її створення.

Керівники місцевого та локального рівня роблять спроби раціонального використання можливостей культурного туризму на своїх територіях. Нерідко це здійснюється ще перед тим, як складеться; розвинена інфраструктура обслуговування. Дійсно, на кожній території необхідно якнайшвидше усвідомити важливість збереження історико-культурної спадщини, а також розвитку в культурній практиці місцевого населення [4]. Особливо важлива у зв'язку з цим підтримка в належному стані культурних пам'яток, охорони історичних територій та культурних ландшафтів, оскільки багато з них перебувають на межі зникнення. У свою чергу, зусилля щодо актуалізації та дбайливого ставлення до культурного потенціалу місцевого регіону здатні стати серйозним стимулом розширення туристичних потоків та перспективного розвитку регіону загалом. У багатьох дослідженнях справжнє життя – це побут і культура народу, не схильна до впливу з боку чужорідних культур. Пізнати справжнє життя народу не можна у відриві від місця його історичного проживання, отже, аналіз розвитку культурного туризму необхідно проводити у межах певного регіону [4].

В подальшому необхідно здійснювати грамотну політику у сфері культурної спадщини. Разом вони впливають на духовну сферу людини, її систему цінностей, знання, впливають на

суспільну поведінку так чи інакше позначаються і на поведінці як економічного суб'єкта [2]. Подорожі та туризм стали сьогодні однією з найзначніших індустрій у світі. В Україні доходи від туризму поки низькі, він функціонує як замкнута система: гроші з індустрії туризму не повертаються в культуру, навіть ця високоприбуткова сфера часом випадає з-під контролю

державних органів. У той самий час за нормального стану речей туризм міг би бути невід'ємною частиною програм розвитку. За допомогою туризму можливе виконання складних завдань щодо виконання проєктів відродження та збереження культурної спадщини, реставрації пам'яток культури. Феномен ринку – туризм є важелем самофінансування спадщини, джерелом інвестицій у його збереження, стимулює підтримку культурних, етнічних, релігійних традицій, ремесл та промислів.

В даний час відбувається комерціалізація культурної спадщини – процес перетворення культурної спадщини на товар, при якому об'єкти та явища культури оцінюються ринковими категоріями, виключно з точки зору їхньої обмінної вартості, прибутковості, конкурентоспроможності на ринку [5]. Таким чином, у районах, де спостерігається активна та різноманітна соціально-культурна діяльність, де туризм носить традиційний характер і де кількість туристів поступається чисельністю місцевого населення, а їх культурний рівень приблизно однаковий, практично не відзначається особливого культурного впливу туризму. Разом з тим у ряді промислово розвинених районів зростання туризму може спричинити значні зміни у соціальній структурі, а також у навколишньому середовищі та місцевому культурному житті. Це заклало основи вивчення проблеми соціальної взаємодії, викликаного контактами між культурами. Характер взаємовідносин між туристами та місцевим населенням значною мірою визначається тим, що обидві групи є носіями різних культур. Контакт між ними викликає культурний шок, що посилюється ще й тією обставиною, що він відбувається в момент, коли туристи відпочивають, а місцеве населення працює. До того ж подібні контакти мають тимчасовий характер і відбуваються зазвичай у межах взаємовідносин між покупцем і продавцем. Загальний вплив туризму, проте, носить складніший характері і може бути як позитивним, і негативним.

Найбільш відомі позитивні аспекти впливу туризму: створення робочих місць, збільшення доходів, що призводить до підвищення рівня життя, забезпечення більш активної ролі для жінок та молоді у сфері послуг, що викликає перебудову соціальної структури на сучасних засадах, зростаючий попит на продукцію сільського господарства, розширення масштабів виробництва кустарних виробів та, насамперед сувенірів. Спорудження засобів туристичного розміщення позитивно позначається на стані кон'юнктури у будівництві. Розширюється та модернізується місцева інфраструктура (забезпечення питною водою, будівництво доріг, нових шкіл тощо). Розвиток туризму позитивно впливає на відродження народних промислів, традицій та фольклору [2]. Це, у свою чергу, призводить до пожвавлення місцевого культурного життя, викликає інтерес до історичних пам'яток, звичаїв та місцевих традицій, тим самим вносячи внесок у захист та правильне використання природного та культурного надбання. За допомогою туризму можливе виконання складних завдань щодо виконання проєктів відродження та збереження культурної спадщини, реставрації пам'яток культури.

Культура і туризм являють собою складні суспільні феномени. Для їх ефективної взаємодії необхідно створення спеціальних платформ і механізмів, заснованих на партнерських відносинах серед широкого кола зацікавлених сторін. При цьому важливо, щоб всі учасники процесу усвідомили значущість культури не тільки для підвищення туристичної атрактивності дестинації, але значно ширше – для створення комфортного середовища для життя, роботи та інвестування. Складною проблемою є налагодження партнерських відносин між представниками сфери культури, з одного боку, та туризму – з іншого. Ними рухають різні, часом суперечливі інтереси: ринкові – суспільні; отримання прибутку – некомерційні мотиви діяльності і т. ін. Сектору культури часто важко зрозуміти прямі економічні вигоди від розвитку туризму, а в ряді випадків вони дійсно незначні. Наприклад, у Канаді у 1987–2002 рр. з кожного витраченого туристом долара сектор розваг (поряд з іншими об'єктами дозвілля

включає заклади культури) отримував всього 0,06 долара, тоді як кошти розміщення та харчування – 0,16, а транспорт – 0,37 долара [6].

Роль будь-якої платформи полягає у посередництві, у тому, щоб об'єднати сторони та виявити їх спільні інтереси. Вочевидь, як і установи культури, і підприємства туристичної індустрії зацікавлені у залученні людей. Але якщо туризм в цьому випадку має на увазі туристів і сприймає їх як споживачів турпродуктів або клієнтів, то представники сфери культури, наприклад працівники музеїв, орієнтовані насамперед на місцевих жителів. Однак ці відмінності подолаються, якщо підходити до туристів як до частки культурної публіки. Партнерські відносини повинні складатися не тільки між установами культури і туристичною бізнес-спільнотою, але в даному контексті охоплювати всю систему «держава – бізнес – суспільство», перетворюючись на соціальне партнерство в найширшому його розумінні. Наприклад, партнерство регіонів дозволяє краще розкрити культурно-історичний потенціал території та запропонувати туристам більш яскраві та насичені туристичні програми. Держава та бізнес взаємодіють для вирішення суспільно значущих завдань на взаємовигідних умовах. Прикладом комплексних проєктів з використанням державно-приватного партнерства в вітчизняному туризмі є створення туристично-рекреаційних кластерів, у тому числі шляхом більш повного використання культурної спадщини території. Партнерство з місцевим населенням та його зацікавленість у розвитку туризму надзвичайно важливі, оскільки від його ставлення як до відвідувачів, а передусім до землі, де живуть, залежать враження туристів від перебування у дестинації.

Список використаних джерел

1. Актуальні проблеми збереження культурної та природної спадщини. *Науково-освітній журнал для студентів та викладачів «StudNet»* №5/2021 / ред. А.В. Кам'янець. К. 2015. 212 с.

2. Латипова Р.Т. Культура та туризм. *Молодий вчений*. 2019. № 7 (111). С. 881–884.

3. Тенова З.Ю., Бекалдієва З.С., Кудашева Н.З. Формування ресурсного потенціалу туристично-рекреаційного комплексу регіонів. *Економіка та підприємництво*. 2019. №10 (63–1). С. 220–224.

4. Тенова З.Ю., Кушхова А.Ф. Проблеми збереження культурної спадщини та її роль залученні туристів. *Економіка і управління: проблеми, тенденції, перспективи розвитку. Збірник матеріалів V Міжнародний науково-практичній конференції*. 2020. С. 66–68.

5. Аніщенко Є.А., Кастуєва А.О., Геляєва І.А. Туризм як об'єкт інтегрованого управління розвитком. *Питання економіки та права*. 2019. № 91. С. 121–124

6. The Impact of Culture on Tourism. Organization for Economic Cooperation and Development. Paris: OECD, 2019. 155 p.

СЕКЦІЯ 3
СПЕЦІАЛЬНІ ТА ГАЛУЗЕВІ СОЦІОЛОГІЇ

Кузьмін В.В.,
кандидат соціологічних наук, доцент,
в.о. завідувача кафедри соціальної роботи та психології
Національного університету «Запорізька політехніка»
Україна, м. Запоріжжя

ТЕОРЕТИЗАЦІЯ КОНСТРУЮВАННЯ КАР'ЄРНИХ СТРАТЕГІЙ В СУЧАСНОМУ СУСПІЛЬСТВІ

Суспільство є складною системою зі своєю структурою, яка має свої статичні та динамічні функції. Всі зазначені елементи суспільства знаходяться в процесі постійних трансформацій. Зазначені трансформації залежать від багатьох історичних, економічних та соціокультурних процесів. Кожен із соціальних процесів та феноменів набуває своєї конструкції саме в суспільстві. Тому суспільство можна сміливо назвати середовищем конструювання багатьох важливих соціальних процесів та феноменів.

Одним з соціальних феноменів більшості суспільств і сучасного українського в тому числі є феномен кар'єри. Зазначений феномен має більш ніж сторічну історію і за цей час зазнав суттєвих трансформації та акцентуацій в рамках громадської думки. Якщо в першій половині та 60-70-их роках XX століття зазначене поняття мало позитивну сентенцію так як асоціювалося з вдалими практиками професійної соціалізації особистості. А от у 80-90-ті роки XX століття серед представників робочих спеціальностей, апологетів «лівацької» та «антиглобалістської» ідеологія поняття кар'єри набуло асоціативного ряду з цілеспрямованими практиками спрямованими на досягнення кар'єрних звершень та підвищення власного соціального статусу оминаючи цілеспрямованого та кропіткого виконання професійних обов'язків. В цей же час набувають поширення у громадській свідомості міфологеми з приводу використання латентних відносин з керівництвом та успішне виконання непрямих обов'язків в рамках трудового колективу (організація корпоративів, участь у самодіяльності, гра у спортивних командах підприємства, тощо). Зазначені міфологеми суттєво підірвали «довіру» о поняття кар'єра як об'єктивного відображення професійного розвитку особистості, але ствердила серед широких мас ідею про те, що кар'єра піддається плануванню і може реалізовуватися у відповідності до певних тактичних та стратегічних соціальних алгоритмів. І тому маючі певні навички з кар'єрного планування та реалізації кар'єрних стратегій може претендувати на більш високий рівень професійної реалізації та як наслідок отримання більш суттєвих матеріальних і соціальних благ. Актуалізація зазначеної думки призвела до того, що з'явився соціальний запит на освоєння навичок з кар'єрного планування та реалізації відповідних стратегій. До сих пір зазначені навички освоюються студентами провідних світових університетів та бізнес-шкіл для професійних управлінців [2].

Формування та реалізація кар'єрних стратегій є соціальним феноменом, що має взаємозв'язок з важливими соціальними процесами, які є актуальними для сучасного суспільства. Суспільство виступає в ролі майданчика, де формуються кар'єрні стратегії. Зазначений процес відбувається через формування поля соціальних практик на які є соціальний запит і вони можуть приносити особі матеріальний зиск або сприяти підвищенню її соціального статусу. Тенденції розвитку суспільства мають суттєвий вплив на формування і реалізацію кар'єрних стратегій через те, що вони формують порядок денний актуальних сфер

професійної реалізації. В рамках індустріального та постіндустріального суспільств велику роль на формування кар'єрних стратегій впливають засоби масової інформації і соціальні мережі, які продукують відповідний рекламний та пропагандистський контент через історії конкретних осіб яким вдалося реалізувати той чи інший кар'єрний сценарій. Одна з головних

тенденцій формування та реалізації кар'єрних стратегій сьогодні в Україні полягає в віртуалізації та гейміфікації видів діяльності, які сучасна молодь розглядає у ролі важливих елементів власної кар'єрної стратегії. Часто подібні види діяльності, які на практиці реалізує молодь, мають елементи девіацій та криміналу. Тому на соціальних працівників та представників інших спеціальностей, які займаються вихованням підростаючого покоління та молоді покладається додаткова відповідальність з приводу профілактики зазначених форм зайнятості. В той же час маючи можливість впливу на формування та реалізацію кар'єрних стратегій українська держава не використовує для збалансування трудових ресурсів на території Донбасу, Полісся та Слобожанщини. Проблема дослідження кар'єрних стратегій є актуальною для кращого розуміння перспектив розвитку української економіки та всього українського суспільства, тому подальші дослідження в цій сфері є актуальними і необхідними у тому числі і для розвитку української соціологічної науки. Суспільство виступає в ролі поля в рамках якого формуються та реалізовуються кар'єрні стратегії українців, виходячи з основних тенденцій, які відбуваються в рамках взаємодії між соціальними інституціями, які є основою структури суспільства. Тому дослідження тенденцій соціальної динаміки, яка впливає на зміну пріоритетів в формуванні та реалізації кар'єрних стратегій і сценаріїв повинні відбуватися регулярно і можливо навіть у форматі моніторингу як на національному рівні так і в рамках досліджень регіонального масштабу. Одним з варіантів використання результатів емпіричних соціологічних досліджень в сфері реалізації кар'єрних стратегій є формування державних стратегій в сфері відновлення та розподілення трудових ресурсів [2].

Кар'єра – це багатовимірний і не завжди прямолінійний процес професійного, соціального та економічного розвитку людини, що виражається в її просуванні за рівнями посад, кваліфікації, статусів, винагород і фіксується в певній послідовності займаних на цих посадах. рівнях. Різноманітність і складність феномена кар'єри відбивається також на різноманітності її видів і підходів до виявлення типології кар'єри. Тип кар'єри, розкриваючи особливості виникнення, характер спрямованості, внутрішню організацію, відображає стратегію кар'єрного зростання.

Кар'єрна стратегія – це усвідомлена модель майбутнього, яку будує людина. Вона полягає в тому, щоб в умовах невизначеності соціальних факторів впливу знайти такий спосіб діяльності, який дозволить розкрити свої сильні сторони і, примножуючи їх, зберегти конкурентоспроможність, забезпечуючи тим самим безперервний кар'єрний розвиток. В основу класифікації кар'єрних стратегій покладено різні критерії та принципи, які залежать від термінів, часу, характеру просування по кар'єрних сходах, від самооцінки, рівня домагань, що розкривають їх специфіку. Крім того, вибір людиною того чи іншого виду стратегії кар'єрного просування залежить від інтересів, професійних установок, мотивів професійної діяльності.

Кар'єрні стратегії молоді є динамічними, оскільки на них впливає багато факторів. Типологія кар'єрних стратегій, проведена різними дослідниками, виявила безліч стратегій і їх визначальних факторів. Процес побудови кар'єри молодих людей має суперечливість: з одного боку, соціокультурні умови зумовлюють необхідність вибору, пов'язаного зі зміною професійної траєкторії, а з іншого – потреба в актуалізується особистість для самоствердження, самореалізації у професійній сфері. Дослідження показало, що типи кар'єрних стратегій молодих спеціалістів розробляються з урахуванням соціально-економічного та культурного розвитку суспільства, традицій, ідеології та індивідуального кар'єрного потенціалу [1].

Список використаних джерел

1. Kuzmin V., Gugnin E., Stashuk O., Kudinova M., & Chervonenko K. (2022). Modeling career strategies for members of different social groups. Ad Alta: Journal of Interdisciplinary Research, Special Issue, 12/01-XXVII, Pp. 29–34.
2. Кузьмін В.В. Суспільство як середовище конструювання кар'єрних стратегій. *Габітус : наук. журнал.* Одеса : Причорномор.наук.-дослід. ін-т економіки та інновацій, 2022. Вип. 33. С. 9–14. URL: http://habitus.od.ua/journals/2022/33-2022/1.pdf

Лебеденко В.В.,
магістрантка спеціальності «Соціальна робота»
Національного університету «Запорізька політехніка»;
Балухтіна О.М.,
кандидат історичних наук,
доцент кафедри соціальної роботи та психології
Національного університету «Запорізька політехніка»
Україна, м. Запоріжжя

СОЦІОЛОГІЧНІ ДОСЛІДЖЕННЯ ПРОБЛЕМ СЕРЕДНЬОЇ ОСВІТИ ФОНДОМ «ДЕМОКРАТИЧНІ ІНІЦІАТИВИ ІМЕНІ ІЛЬКА КУЧЕРІВА»

Освіта є основою інтелектуального, духовного, культурного, соціального, економічного розвитку суспільства і держави взагалі. У сучасному українському суспільстві система освіти зазнає значні трансформації і зміни, які проявляються в різних формах: ускладненні самого процесу навчання, розширенні інституційних форм та структури організації цієї сфери діяльності, диверсифікації її фінансового механізму тощо.

Одним із найвідоміших аналітичних центрів, які досліджують проблеми сучасної освіти в Україні є Фонд «Демократичні ініціативи ім. І. Кучеріва» (далі – «ДІ»). Окрім освіти, «ДІ» займається дослідженням в таких напрямах як реформування політичної системи, європейська інтеграція, тощо. Фонд існує давно і є одним із провідних центрів збору та дослідження аналітичних та соціологічних даних, продукує оригінальні дослідження і навчальні програми, здійснює вплив на політиків, громадську думку з широкого кола питань – права, безпеки, демократичних свобод та процесів.

Сьогодні дослідження «ДІ» стосуються актуальних питань середньої та вищої освіти, таких як: недостатність фінансування, нестача кадрів та їх кваліфікації, неготовність та некомпетентність спеціалістів до нових технологій, гендерна рівність, проблема недосконалості інклюзивної освіти та дистанційне навчання через пандемію COVID-19.

Фахівці соціологічної служби Центру Разумкова і фонду «ДІ» відзвітували про результати опитування щодо ставлення дітей, батьків та вчителів до дистанційного навчання. Дослідження проводилося з 3 по 9 липня 2020 р. методом інтерв'ю «обличчям до обличчя» за місцем проживання респондентів. Було опитано 2 022 респонденти віком від 18 років у всіх регіонах України, за винятком Криму та окупованих територій Донецької та Луганської областей за вибіркою, що репрезентує доросле населення за основними соціально-демографічними показниками. Теоретична похибка вибірки (без врахування дизайн-ефекту) не перевищує 2,3% з імовірністю 0,95.

У зв'язку з пандемією коронавірусу українські школярі були змушені перейти на дистанційне навчання. Чимало критики лунало на адресу онлайн-навчання. Близько половини українців негативно ставляться до запровадження дистанційної освіти у зв'язку з пандемією,

підтримали цей крок 32% громадян. Категорично негативних оцінок найбільше у Південному (29%) та Східному (28%) регіонах. За словами політичного аналітика фонду «ДІ» С. Шаповалова, близько половини українців не підтримали формат дистанційного навчання. Згідно з даними опитування, онлайн-навчання цілком підтримують 9,9% респондентів, скоріше підтримують – 22,4%, скоріше не підтримують – 25,1%, категорично не підтримують – 24,6% [1, с. 14]. І лише 18% опитуваних не змогли відповісти на запропоноване запитання.

Найістотнішими проблемами, з якими стикнулися наші громадяни у зв'язку із переходом на дистанційне навчання, є зниження рівня у спішності дітей (26%), брак уваги учителів до потреб дітей підчас навчання (22%) та технічні проблеми: погана якість Інтернету (21%) чи відсутність пристроїв для онлайн-навчання (19%). Про брак технічних засобів зазначають близько 20-30% громадян у невеликих містах (до 100 тис. мешканців). Зокрема, на запитання, як респонденти ставляться до проведення дистанційного навчання в школах у зв'язку з пандемією COVID-19 у березні-травні 2020 р., 9,9% відповіли, що повністю підтримують, 22,4% – скоріше підтримують, 25,1% скоріше не підтримують, 24,6% – категорично не підтримують, а 18% опитаних не змогли відповісти на запитання.

У 2021 р. у період з 1 по 7 червня опитування щодо дистанційного навчання було проведено Фондом «ДІ» спільно з Київським міжнародним інститутом соціології. Опитування проводилося методом телефонних інтерв'ю з використанням комп'ютера (CATI) та є репрезентативним за такими показниками як: стать, вік, макрорегіон проживання, тип населеного пункту. Було опитано 2003 респондента віком від 18 років у всіх регіонах України, статистична похибка вибірки (з імовірністю 0.95 і з дизайн-ефектом 1.1) не перевищує 2,4%. Отримавши відповіді на запитання: «Як Ви ставитеся до проведення дистанційного навчання у школах у зв'язку з пандемією COVID-19 (коронавірусу)?», можна зрозуміти, що оцінка громадянами освіти в Україні продовжує коливатися між середньою та низькою якістю [3].

Однак, порівняно з липнем 2020 р. кількість негативних оцінок зросла на 9%, у тому числі за рахунок збільшення людей, які надали дуже низьку оцінку українській освіті. Так у 2021 р. вже 45% українців оцінили якість середньої освіти як таку, що тією чи іншою мірою є низькою, ще 44% назвали її посередньою. Абсолютна більшість батьків (65%) проти дистанційної освіти. Тож, очевидно, що це привід для Міністерства освіти та науки звернути на це увагу і зробити багато організаційно-управлінських кроків щодо зміни ситуації. Якість дистанційного навчання має бути забезпечена хоча б на середньому рівні, але скрізь. Обов'язковою умовою є забезпечення вчителів технічними засобами, Інтернетом, методичними розробками і т.і.

Окрім дистанційної освіти Фонд «ДІ» у 2020 р. досліджував ставлення до зовнішнього незалежного оцінювання (далі – ЗНО). Усього було опитано 2000 респондентів за вибіркою, що репрезентує доросле населення України (старше 18 років) за такими показниками, як стать, вік, рівень освіти, тип та регіон проживання. Теоретична похибка вибірки – 2,3%. В результаті виявлено, що 67% серед опитаних українців підтримують запроваджену у 2008 р. систему вступу до закладів вищої освіти (далі – ЗВО) за результатами зовнішнього незалежного оцінювання. Не підтримують її лише 14%. Щодо причин такої підтримки, близько 70% громадян погоджуються, що ЗНО поставило усіх абітурієнтів у рівні умови, також близько 60% говорять, що ЗНО дозволило зменшити рівень корупції при вступі до ЗВО. Така думка переважає у всіх регіонах, хоча у Східному та Південному регіоні близько 28% не вважають, що ЗНО дозволило зменшити рівень корупції [3].

У наступному аналогічному опитуванні в 2021 р. виявилось, що 71% українців, тією чи іншою мірою, підтримують вступ до ЗВО за результатами ЗНО. До прикладу у 2014 р. ЗНО підтримувало на 11% менше респондентів.

Одночасно з тим, порівняно з минулим роком, зросла не тільки кількість прихильників ЗНО, але й тих, хто негативно ставиться до його проведення. Якщо у 2020 р. проти ЗНО

висловилося 14%, то у 2021 р. вже 23%. Найменше систему зовнішнього незалежного оцінювання підтримують на Півдні країни (60%) та у Донецькій і Луганській області (59%). Дивлячись на статистичні дані можна зрозуміти, що думки розбіжні, наприклад, кількість тих, хто проти ЗНО, пояснюють це тим, що з кожним роком програма ускладнюється та прохідний бал підвищується, а у школах недостатньо приділяють уваги щодо підготовки до складання іспиту. З іншої сторони, прихильники складання ЗНО впевнені, що саме незалежний іспит показує талановитих та мотивованих учнів, а також допомагає зменшити рівень корупції у ЗВО [2].

Таким чином, слід зазначити, що пандемія внесла свої корективи в оцінку ЗНО громадянами. Дані демонструють, що абсолютна більшість не тільки продовжує підтримувати ЗНО, але й ця підтримка навіть потроху зростає, однак такої одностайності серед українців щодо проведення ЗНО під час пандемії COVID-19 не спостерігається. Думки розділилися порівну: 46% підтримує проведення ЗНО навіть за умов пандемії, 46% – виступають проти, інші 8% не визначилися.

Отже, аналізуючи дослідження питань середньої освіти в Україні, слід зазначити, що «ДІ» проводили опитування стосовно дистанційного навчання та ЗНО, які є одними з найгостріших проблем сьогодення в освіті. Розглянувши статистичні дані та порівнюючи їх необхідно зазначити, що ставлення людей до питань змінилося на краще. Наприклад, у 2020 р. підтримали ЗНО 67% українців, а 2021 р. – вже 71%. Це свідчить про те, що реформування сфери освіти відбувається в правильному напрямку, позитивно впливає на світобачення людей і повинно бути продовжено.

Список використаних джерел

1. Баришнікова В.В., Авласенко-Канарович О.О. *Основні переваги та недоліки дистанційної освіти* : зб. наук. праць матеріалів І Всеукраїнської науково-практичної конференції, 16 червня 2020 р. Київ: НАУ, 2020. 84 с.

2. Раков С. А., Гудзинський В. Є., Костарєв Д. Б. Геоінформаційна аналітична система «Якість середньої освіти за результатами ЗНО»: Вісник. *Тестування і моніторинг в освіті*. Київ : НАУ, 2016. 92 с.

3. Фонд «Демократичні ініціативи ім. Ілька Кучеріва». URL: dif.org.ua (дата звернення 10-30.09.2021).

НАПРЯМ:
ПСИХОЛОГІЧНІ НАУКИ

СЕКЦІЯ 1
ТЕОРІЯ ТА ІСТОРІЯ ПСИХОЛОГІЇ

Гайворонська Т.О.,
кандидат філософських наук, доцент,
в.о. декана факультету соціальних наук
Національного університету «Запорізька політехніка»
Україна, м. Запоріжжя

НАТУРАЛІСТИЧНЕ СПОСТЕРЕЖЕННЯ ЯК МЕТОД ЯКІСНИХ ДОСЛІДЖЕНЬ СНОВИДІНЬ

Проблема натуралістичного спостереження як метода якісного дослідження сновидінь є актуальною в сучасній психології. Переважна увага до експериментальних (насамперед, кількісних) методів, яка спостерігається у багатьох дослідників цього феномену, не є виправданою. Натуралістичне спостереження в більшості наук має менший статус порівняно з експериментом, хоча останнім часом природознавство виявляє більший інтерес до так званих якісних методів дослідження. Що стосується психології, то недовіра вчених-психологів до натуралістичних досліджень має свої причини, які пов'язані певною мірою з її намаганням стати експериментальною наукою на зразок природничих наук. Психологія, намагаючись відповідати статусу наукової дисципліни, почала використовувати в своїй предметній сфері методи природничих наук, відмовившись від покровительства філософії та її спекулятивних принципів. Інтроспективна психологія, яку створив В. Вундт та його послідовники в XIX столітті, піддалася критиці як ненаукова, оскільки спиралась не на об'єктивні дані, а на суб'єктивний досвід. Однак психологія не може бути побудована за аналогією наук про природу, оскільки об'єктом її вивчення є найскладніша система існуючого Всесвіту – людина. Психологія більше, ніж будь-яка інша наука, яка вивчає людину, пов'язана з її внутрішнім, суб'єктивним світом, дослідження якого неможливе лише в експерименті.

Людина – істота унікальна й неповторна в своїй суб'єктивності. І саме суб'єктивність може і повинна стати предметом вивчення психології для того, щоб наблизитись до розуміння сутності людського буття не тільки в індивідуальному житті, а й в соціальному плані. Використання вченими-психологами методів експериментальних наук виправдано там, де це можливе та необхідно. Нарівні з експериментальними (кількісними) методами повинні використовуватись якісні дослідження, без яких психологія неможлива як наука про людську психіку, про душевний та духовний світ особистості. Психологія повинна спиратись у своїх дослідженнях як на методи експериментальних наук, так і на філософську методологію, яка є фундаментом для окремих методологій. Слід пам'ятати, що т. зв. спекулятивність філософії є основою багатьох гіпотез та зберігає своє значення для формулювання проблем науки, які визначаються «духом часу».

Прояснимо термінологію, яку будемо використовувати в цих тезах, а саме: що будемо розуміти під «якісними методами дослідження», «натуралістичним спостереженням». Під «натуралістичним спостереженням» слід розуміти метод дослідження, спрямований на будь-який об'єкт або процес в його природних умовах без втручання дослідника. Вплив спостерігача на об'єкт дослідження повинен бути зведений до мінімуму навіть при

експерименті, який був дуже ретельно спланований. У науковій літературі зустрічаються терміни, які можна розглядати як тотожні або синоніми поняття «натуралістичне спостереження». Одними з таких понять є «якісні методи» або «якісне дослідження». Автор розуміє і буде використовувати «якісне дослідження» як більш загальне поняття порівняно з поняттям «натуралістичне спостереження». Таке розрізняння необхідно для дослідження сновидінь. Окрім спостереження за сновидіннями, якісні дослідження включають в себе описання сновидінь, їх типологізацію.

У психології якісне дослідження пов'язано перш за все з унікальними явищами. Їх вивчення може стати тією основою, яка при доповненні її експериментальними дослідженнями дозволить створити або принаймні наблизитись до створення теорії сновидінь. Слід підкреслити при цьому, що існує теорія сновидінь Зігмунда Фрейда, яка заснована значною мірою на суб'єктивному досвіді самого вченого. Саме т.зв. суб'єктивність стала приводом для критики цієї теорії з боку психологів, які вважають, що психологія повинна спиратись на об'єктивні дані, які можна отримати в лабораторіях сну. На критичне ставлення до суб'єктивних методів в науці звернув увагу американський вчений-астрофізик Денис Шмідт, який зацікавився феноменом сновидінь і присвятив багато років вивченню цього феномену. Д. Шмідт писав, що суб'єктивні методи (за його термінологією, натуралістичні спостереження) мають менший статус, ніж експериментальні дослідження в більшості наук [2, с. 43]. Під натуралістичним спостереженням Д. Шмідт розуміє «ретельне спостереження за будь-яким аспектом природної реальності, яке спричиняє якомога менш порушень активності або її звичайної установки» [2, с. 44].

Натуралістичне спостереження використовувалось для вивчення явищ навколишнього світу з далекої давнині, коли людина почала шукати відповіді на питання, що її цікавили. З того часу натуралістичне спостереження використовують різні науки, які спрямовані на дослідження об'єктів, з якими вчені не мають безпосередньої взаємодії, об'єктів, за якими можна спостерігати тільки в їх природних умовах. З часом метод натуралістичного спостереження змінювався та збагачувався: починаючи з 50-х років минулого століття безпосереднє спостереження збагатилось технічними засобами. Поява аудіо- і відеоапаратури дозволила більш точно та ретельно фіксувати спостереження за поведінкою та деякими проявами внутрішнього світу окремих особистостей та цілих груп людей. Зовсім по-іншому виглядає справа зі сновидіннями. Сон як фізіологічне явище вивчається низкою наук, які використовують насамперед методи експериментальних досліджень. Для таких наук більш придатними є кількісні методи. Що стосується вивчення змісту сновидінь, то використання тільки експериментальних методів навряд чи буде ефективним. Безперечно, неможливо заперечувати значення досягнень нейропсихології та інших нейронаук у вивченні деяких аспектів сну, особливо його фізіології. Однак слід зауважити, що вивчення унікального змісту сновидінь неможливе без якісних досліджень. Саме таким методом якісних досліджень і є натуралістичне спостереження, суб'єктом якого може бути насамперед сама людина, яка бачить сни.

Натуралістичне спостереження має багато переваг, тому що характеризується особливою чутливістю, як стверджує Денис Шмідт. Автор може додати від себе, що натуралістичне спостереження має достовірність та значущість, щоправда, в тому випадку, коли спостереження є систематичним та довгостроковим. Натуралістичні спостереження в дослідженні сновидінь мають право претендувати на визнання в науці у випадку використання спеціальних процедур, розроблених для таких досліджень. Мова йде про прийняття певних правил і процедур, які дозволять суб'єктивним даним стати основою об'єктивного матеріалу для побудови теорії. Однією з найважливіших вимог є постійне збирання матеріалу нічних сновидінь, найбільш докладне відтворення усього їх змісту. Обов'язковою процедурою є ведення щоденника (протоколу), в якому сновидіння має бути записаним у тому вигляді, в

якому його запам'ятав суб'єкт сну, без будь-яких коментарів в самому протоколі. Цей метод можна назвати методом репортажу, який передбачає найбільш докладний опис події, без її попередньої оцінки. Найбільше значення для вивчення сновидінь має довгострокове ведення щоденника, протоколу, який веде дослідник протягом багатьох років. Другою важливою умовою для наукового дослідження сновидінь і побудови теорії є довгострокове ведення дослідником щоденника подій свого життя. Без виконання цієї умови неможливо виявити наукове значення феномену сновидінь для розуміння такої складової психіки людини як несвідоме та його ролі в житті людини, її поведінці.

Питання організації таких досліджень пов'язано з не менш важливим питанням щодо їх дослідників. Зрозуміло, що лабораторії сну, які існують, наприклад, в Америці, мають спеціальний штат дослідників, які займаються цією проблемою. Для проведення експериментів вони залучають досліджуваних, які бачать сни і після пробудження їх пам'ятають. У своїй більшості такі групи досліджуваних не є постійними, що робить неможливими довгострокові спостереження. У таких лабораторіях можливо вивчення т.зв. типових сновидінь, про які свого часу писали З. Фрейд, і К.Г. Юнг. Однак необхідно підкреслити, що до складання повної «картини» феномену сновидінь недостатньо вивчати тільки «загальне». Вивчати необхідно й унікальне, яке має неабияке значення для розуміння сутності сновидінь, які З. Фрейд розумів як «Царскую дорогу к познанию бессознательного в душевной жизни" [1, с. 531]. Автор вважає, що для вивчення не тільки типових сновидінь, а й сновидінь з унікальним змістом, необхідно виконання такої умови дослідження як формування групи, яка може бути постійною протягом багатьох років. Найбільш ефективною групою для таких досліджень є група близьких родичів (можливо, до цієї групи можуть увіходити і близькі друзі), які постійно бачать сни і зацікавлені у вивченні їх змісту і впливу на життєві події. Група близьких людей, перш за все, родичів, є найбільш сталою, оскільки в ній зберігаються зв'язки довше, ніж у будь-якій іншій групі. Доволі сталими можуть виявитися зв'язки в професійному колективі. Однак слід урахувати, що люди бувають найбільш відвертими саме з близькими людьми, з тими, з ким пов'язане їх життя. До того ж у людей, пов'язаних кровними узами, багато спільного в їх долі. Саме ця обставина дозволяє простежити протягом багатьох років зв'язок сновидінь з подіями в житті цих людей. Вивчення сновидінь може бути пов'язане із суто теоретичним зацікавленням до цього явища, та все ж таки найбільше значення дослідження сновидінь має для їх практичного використання. Розуміння змісту сновидінь, їх зв'язку із життєвими подіями людина може використовувати для уявлення сутності цих подій, можливого їх передбачення й запобігання небажаному. До того ж розуміння сутності сновидінь дає людини можливість уявлення про найглибший, таємничий світ своєї духовності. Автор знайомий з групою дослідників (і є її часткою), яка займається вивченням сновидінь багато років, однак результати цих досліджень є темою іншої, більш змістовної статті.

Список використаних джерел

1. Фрейд З. Толкование сновидений / пер. с нем.; Худож. обл. М.В.Драко. Мн.: ООО "Попурри", 1997. 576 с.

2. Schmidt, D. Stretched dream science: The essential contribution of the long-term naturalistic studies. *Dreaming*. 1999. № 9 (1). P. 43-69. https://doi.org/10.1023/A:1021317026733 .

Шерешкова І.І.,
ад'юнкт кафедри морально-психологічного забезпечення
діяльності військ (сил) гуманітарного інституту
Національного університету оборони України імені Івана Черняховського;

Хайрулін О.М.,
кандидат психологічних наук,
доцент кафедри морально-психологічного забезпечення
діяльності військ (сил) гуманітарного інституту
Національного університету оборони України ім. Івана Черняховського
Україна, м. Київ

НЕГАТИВНИЙ ВПЛИВ ІНФОРМАЦІЇ НА ОСОБИСТІСТЬ ЯК ОБ'ЄКТ ТРАНСДИСЦИПЛІНАРНОЇ НАУКОВОЇ ІНТЕГРАЦІЇ

Сучасний стан розвитку академічної науки цілком доречно описати висловом: «наука виходить за свої береги». Орієнтація науки на розв'язання нагальних проблем призвела до нинішньої ситуації трансдисциплінарної наукової інтеграції.

Трансдициплінарність за таких умов є найбільш прогресивною формою інтеграційних процесів у науці, оскільки така настанова дозволяє виходити за рамки наукових дисциплін. Розмиття рамок академічних дисциплін дозволяє інтегрувати методології, а це, в свою чергу, забезпечує більшу ефективність проведення дослідження та дозволяє розробляти нові знання та теорії. Перед нами фактично постає нова сфера знань, яка охоплює всі наявні науки та об'єднує їхній потенціал для розвитку нових знань [6].

Разом з тим, трансдисциплінарність не прагне панування кількох дисциплін, але ставить за мету розкрити всі дисципліни у тому, в чому вони єдині, і у тому, що лежить за їх межами.

Вчені стверджують, що найбільшою ефективністю відрізняються ті наукові розвідки, які виконані на межі кількох наук. Саме суміжний інтегрований, міждисциплінарний характер досліджень відкриває необмежені можливості для наукового пошуку, його результативності та продуктивності. Тобто у науці формуються нові моделі пізнання, які ставлять у центр уваги завдання синтезу різних когнітивних практик.

Негативний вплив інформації на особистість став саме тим феноменом, який вивчається та доповнюється багатьма науками. Це зумовлено, передусім тим, що окреслений феномен вивчає одночасно поведінку, мовні, мотиваційні, психічні, психологічні та інші особливості людини.

Витоки трансдисциплінарної наукової інтеграції окресленої теми історично виринають із передбачень Ж. Піаже, який визначав трансдисциплінарність як «спосіб розширення наукового світогляду, коли розгляд того чи іншого явища не обмежується рамками однієї наукової дисципліни» [9] та продовжуються концепцією комунікативної раціональності Ю. Хабермаса, що ґрунтується на теоретико-методологічних засадах соціальної філософії та соціологічної науки класичного зразку та водночас узгоджується з новітньою некласичною та постнекласичною логікою розвитку.

Комунікативна дія, відповідно до цієї концепції, орієнтується на взаєморозуміння діючих індивідів, їх консенсус. Ця згода щодо ситуації і очікуваних наслідків заснована, скоріше, на переконанні, ніж на примусі. Вона передбачає координацію тих зусиль людей, які спрямовані саме на взаєморозуміння. Позаяк суть комунікативної дії – в необхідності, навіть неминучості для діючих індивідів самим знаходити і застосовувати раціональні підстави, здатні переконати інших суб'єктів і схилити їх до згоди. Завданням сучасної думки було виокремлення комунікативних аспектів і вимірів в людських діях, аби допомогти людині вдосконалити механізми згоди, консенсусу, переконання. Безумовно, що це був виключно благий намір спрямований на кооперативний полюс

застосування та не передбачав розроблення дієвого інструментарію для здійснення комунікативних дій конфліктного чи конфліктно-маніпулятивного спрямування.

Таким чином, теорія комунікативної дії Ю. Хабермаса досліджує ідеальні типи дії, і перш за все тип комунікативної дії, що конструює ідеальну ситуацію, спрямовану на консенсус, що повинен призвести до переконання, ненасильницької дії і ідеальної «м'якої», аргументованої протидії.

Однак «ірраціональна» реальність, жорстока людська історія, сучасна епоха, що не схиляє до благодушності і виправдовує досягнення перемог будь-яким способом демонструє широкий спектр патологій в сфері суспільних комунікації. Як наслідок, критична теорія повинна була замінитись поясненням процесу з'єднання раціональної культури з повсякденною комунікацією.

В подальшому ця зміна проблематики досліджень спричинила зміщення акцентів і дослідницької уваги на вивчення активного розвитку інформаційно-комунікаційних технологій та їхнього проникнення в різні галузі наукового знання, що було відображене у «комунікативному повороті», висвітленого у працях Т. Адорно, Ф. де Сосюра, Л. Вітґенштайна, К.-О. Апеля, Н. Лумана, Т. Парсонса. У цей час комунікація постає сутнісною характеристикою самого суспільства, оскільки «людські стосунки, та й саме суспільне життя неможливі без комунікації» [3].

Саме тоді відбулося не лише тотальне зрушення в дослідницькій проблематиці комунікативних процесів, а й часткове зміщення акцентів, яке відбулося в наукових галузях та дисциплінах в один і той самий час. Чільне місце в переосмисленні феномену комунікації належить переходу до проблеми мови як найважливішого засобу спілкування та встановлення зв'язків, а також неодмінної умови виробництва знання, який отримав назву «лінгвістичний поворот».

Лінгвістичний поворот виходить з того, що в інтерпретації наукових фактів важливу роль відіграють символізм мови інтерпретації, логічні структури мови, ієрархія і визначеність представлених у ній значень, а також обрані дослідником у межах своєї методологічної парадигми стратегії інтерпретації [10, с. 27–96].

У цей час постала проблема сумірності мови з об'єктами світу: якою мірою визначення відповідає денотації, оскільки, як зазначив Ф де Сосюр, «мова – це форма, а не субстанція». Тобто мова не точно відтворює світ (денотація й визначення не тотожні одне одному), мова лише позначає світ своїми символами.

Логічним продовженням лінгвістичного повороту став «когнітивний поворот», коли здійснювалось апелювання до когнітивних настанов, якими керується людина. Дослідження когніції – здатності людини пізнавати й усвідомлювати те, що відбувається зовні і всередині неї, своєю чергою, спровокували інтерес і до такої людської здатності, як інформаційний обмін шляхом створення інтелектуального продукту.

Поряд з лінгвістичною та когнітивною проблематикою актуалізується питання спілкування та соціальної комунікації в сучасній науці. В подальшому епоха цифрової революції та мікрокомп'ютерів зумовили «інформаційний поворот», який об'єднав цифровий і комунікативний повороти [7, с. 471].

В останні десятиліття з'явилися принципово нові джерела інформації, способи і методи її фіксації та передачі. Нові комунікаційні технології стають не засобом, а базисом комунікації, організовуючи її зміст, мову та психологічні особливості, розширюючи комунікативне поле взаємодій. Інформаційний поворот не пов'язаний з яким-небудь конкретним виявом соціальності, а представляє соціокультуру в усьому її розмаїтті. Тому, з погляду деяких дослідників, він може стати універсальною формою репрезентації системи гуманітарного знання. А. Блек вважає, що «найкраща форма

інтеграції різних форм наукових дисциплін у майбутньому можлива на основі інформаційного підходу» [8, с. 445].

Трансдисциплінарність окресленої теми зумовлена:

1) можливістю виходу психологічної науки за традиційні межі за рахунок розширення її джерельної бази, максимального врахування вторинних джерел, а також встановлення діалогу з іншими науками;

2) реагуванням науки на такі виклики суспільства, як оцифрування та глобалізація, а також на появу нових напрямів гуманітарних і природничих досліджень, виражених урізних пізнавальних поворотах («матеріальному», «візуальному» та ін.).

Вплив інформації та можливі механізми захисту особистості від негативних проявів такого впливу вивчаються філософією; психологією загалом та медіапсихологією зокрема; лінгвістикою загалом та психолінгвістикою зокрема; соціологією; культурологією.

Психологія вивчає вплив інформації в контексті впливів на психіку людини загалом; медіапсихологія в контексті вивчення психологічних закономірностей впливу медіа (візуальні догмати сучасних медіапрактик, проблеми медіанасильства і медіазалежності); лінгвістика послуговується семантикою/лексикологією, що вивчає значення мовних одиниць та комунікавістикою, що вивчає систему засобів і комунікативних функцій масової інформації, прагмалінгвістикою, яка вивчає вияви суб'єктивного (людського) чинника на всіх рівнях мови й у межах усіх аспектів її функціонування, комунікації людей; психолінгвістика досліджує структуру і функціонування мовленнєвих механізмів людини у їх співвідношенні зі структурою мови та вивчає впливи інформації послуговуючись такими своїми напрямами як когнітивна, комунікативна лінгвістики, прагмалінгвістика, соціолінгвістика та лінгвістичний аналіз тексту; соціологія виокремила соціологію масових комунікацій, що вивчає закономірності масових інформаційних явищ і процесів, діяльність соціальних інститутів, що виробляють та поширюють масову інформацію; культурологічний інтерес до спілкування зв'язав комунікативний акт з особистістю учасника спілкування, культурологія вивчає спілкування як феномен того чи іншого типу культури та виокремлює окрему галузь – медіакультуру; політологія розглядає негативні інформаційні впливи у контексті їхніх загроз вразливим елементам політичної системи, а юридичні науки виокремлюють інформаційне право.

Усі аспекти інформаційних впливів пов'язані з мовленням. Мовлення – це багатогранне, різноманітне, поліпланове, багатовимірне, мультипредметне явище. Насамперед, мовлення – це феномен психіки людини. Разом з тим, воно і психофізіологічне, і нейрофізіологічне, і нейролінгвістичне, і психолінгвістичне, й генетичне, і мовне, і біологічне, і соціокультурне, й етнічне, і фізичне, і лінгвістичне явище тощо.

Теоретичний аналіз наукових праць показує, що трансдисциплінарна наукова інтеграція соціально-гуманітарних дисциплін пов'язана з необхідністю звернення цих наук та дисциплін до поняття «дискурс», дослідження проблеми його функціонування та ґенези. Н. Д. Арутюнова влучно визначає дискурс як «зв'язний текст у сукупності з екстралінгвістичними, прагматичними, соціокультурними, психологічними та іншими чинниками», як «мову, занурену в життя». Дискурс також постає об'єктом міждисциплінарного дослідження, і гуманітарні науки все частіше звертаються до нього, як до методологічної основи наукового аналізу. У гуманітарних науках дискурс розглядається як багатозначний феномен, для аналізу якого використовуються різноманітні підходи: прагматичний, етнографічний, коґнітивний, критичний дискурсивний аналіз, наратологічний і функціональний.

У сфері соціальних наук інтерес до дискурсу пов'язується з інтересом до проблем особистості, що теоретично оформився в соціальному конструктивізмі, який розглядає комунікацію як соціальний процес побудови світу. У психології, що стоїть на позиціях інтеракціоналізму, дискурс розглядається як соціальна діяльність в умовах реального світу. У філософії термін «дискурс» застосовується на позначення утворення, що має мисленнєво-комунікативну природу та належить до об'єктів, які можуть інтерпретуватися лише у світлі нелінійної парадигми [1, с. 21]. У лінгвістиці дискурс розуміється як текст, що занурений у ситуацію спілкування та допускає безліч вимірів. З позиції прагмалінгвістики дискурс являє собою інтерактивну діяльність учасників спілкування, встановлення й підтримку контакту, інформаційний та емоційний обмін, здійснення впливу один на одного, переплетення комунікативних стратегій та їх вербальних і невербальних утілень у практиці спілкування. З позиції психолінгвістики дискурс цікавий як розгортання переключення від внутрішнього коду до зовнішньої вербалізації в процесах спричинення мовлення та його інтерпретації з урахуванням соціально-психологічних типів мовних особистостей, рольових установок і приписів. З позиції лінгвістики мовлення дискурс – це процес живого вербалізованого спілкування, який характеризується великою кількістю відхилень від канонічного писемного мовлення [2, с. 5].

Така різноманітність підходів до вивчення цього поняття характеризується розумінням дискурсу як мислекомунікації, зумовленої його онтологічною двоїстістю: він звернений до комунікації, соціальної взаємодії та водночас до когніції, свідомості людини. Таке розуміння дискурсу прослідковується також у визначенні Т. В. Мілевської, яка пропонує розуміти дискурс як сукупність мовленнєво-розумових дій комунікантів, пов'язану з пізнанням, осмисленням і презентацією світу мовцем, реконструкцією мовної картини світу продуцента реципієнтом [4, с. 38].

Український лінгвіст К. С. Серажим, під дискурсом розуміє складний соціолінгвістичний феномен сучасного комунікативного середовища, який, по-перше, детермінується (прямо чи опосередковано) його соціокультурними, політичними, прагматично-ситуативними, психологічними й іншими чинниками; по-друге, має «видиму» (лінгвістичну – зв'язний текст чи його семантично значущий і синтаксично завершений фрагмент) і «невидиму» (екстралінгвістичну – знання про світ, думки, настанови, мету адресанта, необхідні для розуміння цього тексту) структуру; по-третє, характеризується спільністю світу, що «будується» впродовж розгортання дискурсу його репродуцентом (автором) та інтерпретується його реципієнтом (слухачем, читачем тощо). Дискурс – це, образно кажучи, життя тексту в нашій свідомості, накладання інформації, яку ми отримуємо із цього тексту, і нашого знання про обставини, спонуки його породження на ментально-чуттєве інформаційне поле нашого індивідуального «Я» [5, с.13].

Водночас, в ході дискурсивної практики можливе есплікування вираження думок мовця і конструювання нової, бажаної дійсності. Подібне розуміння обумовлює здатність дискурсу впливати на людську свідомість. При цьому вплив може здійснюватися в прихованій формі, проти волі об'єкта впливу. Здійснюватися такий вплив може за допомогою засобів мовленнєвого маніпулювання: паралогічні мовленнєві прийоми, порушення постулатів, стилістичні прийоми, лінгвістичні прийоми: синонімія, евфемізми, дисфемізми; зміна асоціативного поля, кодифікованого у словниках стандартних асоціацій та психолінгвістичних дослідженнях; спрощення подання інформації через прийом мовного впливу на свідомість, що становить вербальну примітивізацію описуваного історичного факту; прийому замовчування; введення історичних паралелей тощо. Однак, поняття маніпулювання також не має чіткого

тлумачення, на сьогоднішній день не існує єдиної і загальноприйнятої для всіх наук дефініції. Беззаперечним є той факт, що маніпулювання базується на лінгвальних структурах і реалізується в мовленнєвій діяльності.

Як бачимо, негативний вплив інформації став об'єктом трансдисциплінарної наукової інтеграції. Однак, паралельні дослідження окресленого феномену не взаємовиключають, а здебільшого доповнюють одне одного, розглядаючи складові поняття з різних ракурсів. А отже, процес дифузії здобутків різних наук та дисциплін актуалізують поглиблення різнобічних досліджень, подальших теоретичних й аналітичних спостережень та узагальнень спрямованих на розуміння змісту, визначення суттєвих ознак, обґрунтування засад, тенденцій розвитку комунікації, її маніпулятивних потенціалів та засобів захисту від таких деструктивних впливів.

Список використаних джерел

1. Дискурс як когнітивно-комунікативний феномен: [колект. монографія]/ за ред. І. С. Шевченко. Х.: Константа, 2005. 356 с.

2. Карасик В .И. О типах дискурса. *Языковая личность: институциональный и персональный дискурс* : сб. науч. трудов. Волгоград : Перемена, 2000. С. 5–20.

3. Луман Н. Невероятность коммуникации. Проблемы теоретической социологии. СПб., 2000. Вып. 3. URL: https://gtmarket.ru/laboratory/expertize/2972

4. Милевская Т. В. Дискурс и текст: проблема дефиниции. *Типологія мовних значень у діахронічному та зіставному аспектах : зб. наук. праць*. Донецьк : ДонНУ, 2002. Вип. 6. С. 38–46.

5. Серажим К. С. Дискурс як соціолінгвальне явище: методологія, архітектоніка, варіативність: [монографія]; за ред. В. В. Різуна. Київ : КНУ ім. Т. Шевченка, 2002. 392 с.

6. Чайка Я. Трансдициплінарність інтеграційних процесів у науці. Академічні візії, № 3, 2022. URL: http://academy-vision.org/index.php/av/article/view/27

7. Adams F. The Informational Turn in Philosophy. Minds and Machines. 2003. № 13. P. 471-501.

8. Black A. Information History. Annual Review of Information Science and Technology. 2006. Vol. 40, No 1. P. 441-473.

9. Piaget J. Epistemologia Genetica / J. Piaget. – Petropolis: Vozes, 1970.

10. Todorov T. Symbolism and Interpretation / transl. by Porter C. Ithaca–New York : Cornell Univ. Press, 1986. 175 p.

СЕКЦІЯ 2
ЗАГАЛЬНА ПСИХОЛОГІЯ, ПСИХОЛОГІЯ ОСОБИСТОСТІ

Коструба Н.С.,
кандидат психологічних наук,
доцент кафедри загальної та клінічної психології
Волинського національного університету імені Лесі Українки
Україна, м. Луцьк

МЕДІАРЕЛІГІЙНІСТЬ ОСОБИСТОСТІ ЯК ПРОГНОСТИЧНИЙ ЧИННИК ПОЗИТИВНОЇ ОЦІНКИ ВЛАСНОГО ДОСВІДУ

Релігійність вважається позитивними прогностичними факторами суб'єктивного благополуччя та його когнітивного виміру (задоволеність життям) [6]. Проте чи є медіарелігійність особистості як новий психологічний феномен бути прогностичним чинником позитивної оцінки власного досвіду – питання досконало не досліджене науковцями.

Важливою компонентою афективно-мотиваційної сфери особистості є спосіб оцінки свого досвіду, зокрема – емоційне ставлення: позитивне, негативне чи нейтральне. Одним із механізмів розуміння та інтерпретації особистісного досвіду є наративізація, тобто перетворення власних життєвих подій у наративні структури, які є своєрідними інтерпретаційними рамками для людини і накладаються на дійсність, що осмислюється [2].

Н. Пезешкіан процес опису свого досвіду шляхом його визначення і створення його концепції розглядає через призму когнітивних та емоційних структур, що задають особистості схему інтерпретації її відношення до себе (Я-концепція), до інших (концепція іншого) та до навколишнього середовища. Концепції містять очікування, що надають характерного відтінку нашому сприйняттю: ставимося ми до людини песимістично, критично і недовірливо або ж шукаємо контакту, ставлячись до неї доброзичливо, з оптимізмом та увагою. Концепції, з погляду Н. Пезешкіана, включають також мотиви, що спонукають нас до дії, норми та звички, на які людина орієнтується. Психотерапевт також запроваджує поняття так званих базових концепцій, як найбільш стійких утворень, що виконують постійні функції: повідомляють людині, де на неї чекають труднощі, що добре, а що погано, які варіанти поведінки є у її розпорядженні [5].

Таким чином, наративізація має в своїй основі як когнітивні, так і емоційні механізми ставлення до власного досвіду. Ми розглядаємо оцінку досвіду в межах афективно-мотиваційної сфери особистості, бо шкала аналізу, яку ми використовуємо, спрямована на виявлення ставлення в емоційному прояві як позитивне, негативне чи нейтральне. Хоча звісно такий розподіл є лише умовним, і ми погоджуємося з науковцями, які підкреслюють когнітивну основу інтерпретації життєвих подій.

Вибірка на цьому емпіричному замірі становила 685 осіб (181 чоловічої та 504 жіночої статі) з Вінницької, Волинської, Дніпропетровської, Донецької, Житомирської, Запорізької, Київської, Луганської, Львівської, Миколаївської, Полтавської, Рівненської, Тернопільської, Херсонської, Хмельницької, Чернігівської областей. Опитування проводилось через додаток Google forms. Наратив як метод психологічного дослідження та спосіб упорядкування і осмислення власного досвіду ми використали для виявлення ставлення особистості до власного досвіду. Тема наративу пропонувалась «Моє життя». Аналіз наративів здійснювався з використанням типології наративів, запропонованою та описаною Н. Чепелєвою: емоційно-позитивний (2 бали), амбівалентний (1 бал), емоційно-нейтральний (0 балів) та емоційно-

негативний (-1 бал). Такі типи наративів розрізняються за наступними критеріями: форма існування та розкриття досвіду; основні події життя, які виділяються тексті; схема інтерпретації власного досвіду; зміст контексту та концепція життя, що розкриваються в нарративі; механізми прояву та розкриття особистості в текстах [2, с. 155-156]. Для дослідження медіарелігійності особистості була використана апробована авторська методика [1].

Аналіз результатів емпіричного дослідження наративів опитаних дав змогу виокремити в межах вибірки чотири групи опитаних, які вирізняються за особливостями ставлення до свого життєвого досвіду (рис. 1).

Отримані дані дають змогу стверджувати: в 56,9% досліджуваних зафіксовано амбівалентні наративи, що проявляється у відсутності ставлення до власного досвіду, точніше, це ставлення ще не визначене, події репрезентуються на рівні поведінки та дій опитаних. Ці респонденти у якості так званої концепції життя обирають спочатку створення труднощів, а потім героїчне подолання цих перешкод.

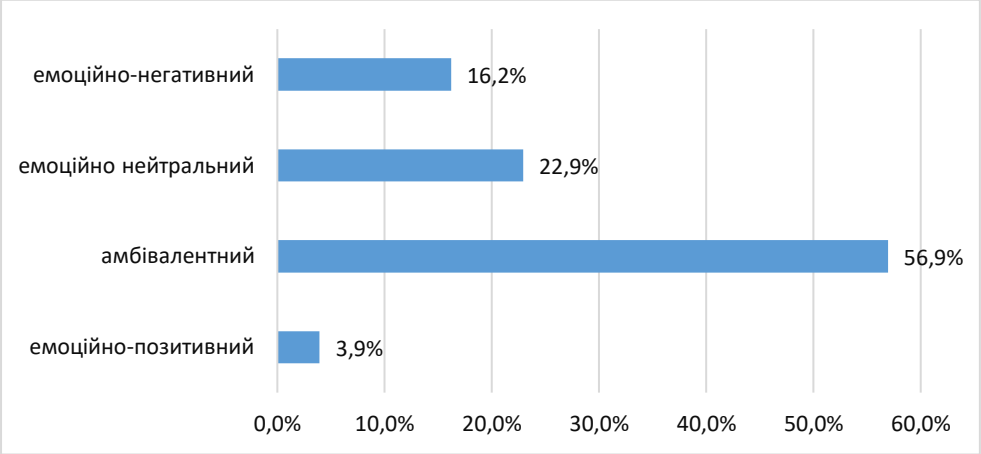


Рис.1. Розподіл досліджуваних за типами наративів та ставленням до власного досвіду, %

Емоційно-нейтральні наративи виявлено у 22,9% респондентів, які формально і логічно просто наводили перелік життєвих подій, не демонструючи цілісне уявлення і процес власної життєдіяльності. У цих респондентів концепція життя передбачає «втечу від життя», як це називає Н. Чепелєва [3] або нейтральне, байдуже ставлення до свого досвіду. У 16,2% досліджуваних зафіксовано емоційно-негативний наратив, який описує травмуючі випадки зі спробою інтерпретації власних переживань та пошуку сенсу подій. Емоційно-позитивні наративи як історії змін, опис важливих життєвих подій у яких віднаходяться нові смисли та привабливі наслідки.

Виявлені кореляційні зв'язки між типами ставлення до власного досвіду та медіарелігійністю респондентів відображено в табл.1.

Таблиця 1

Взаємозв'язок ставлення до власного досвіду з медіарелігійністю

	Ставлення до власного досвіду (вид автонаративу)
Шкала 1.Емоційно-мотиваційна	**0,330****
Шкала 2. Поведінкова	**0,279****
Шкала 3. Когнітивна	**0,072***
Загальна медіарелігійність	**0,338****

Примітка: * – статистично значущий зв'язок на рівні 0,05; ** – на рівні 0,01.

Отримані результати демонструють емпіричне підтвердження нашого теоретичного припущення про взаємозв'язок між типами ставлення до власного досвіду та медіарелігійністю особистості, оскільки статистично значимі кореляції виявлено між усіма показниками. Так, ставлення до власного досвіду прямо пропорційно взаємопов'язане з емоційно-мотиваційним (r= 0,330; p<0,01), конативним (r= 0,279; p<0,01), когнітивним (r= 0,072; p<0,05) компонентами та інтегральним показником медіарелігійності особистості (r= 0,338; p<0,01). Отримані результати підтверджують припущення про те, що релігійність є когнітивною стратегією подолання важких життєвих ситуацій, що дає можливість подивитися на події під іншим кутом і знайти у них нове змістовне наповнення [4].

Для перевірки можливості прогнозування міри сформованості медіарелігійності особистості на підставі ставлення до власного досвіду проведено регресійний аналіз (табл.2).

Таблиця 2

Лінійна регресійна модель предикації медіарелігійності ставленням до власного досвіду

Залежна змінна	R^2	F-критерій	p
Медіарелігійність	0,114	87,931	<0,001

Запропонована модель виявилась істотною, F = 87,93, p<0,001. Коефіцієнт детермінації зафіксовано (R^2 = 0,114). Відтак вважаємо, що для прогнозування схильності до медіарелігійності вказаний предиктор є достатньо впливовим. Залежність між предиктором і залежною змінною є додатною (β = 0,338). Тобто, позитивне ставлення до свого досвіду, що може проявлятися у прагненні до самовизначення і самопізнання, прийнятті власної особистості – предиктор схильності особистості до медіарелігійності.

Наступний етап дослідження передбачав виявлення значущих відмінностей у показниках ставлення до власного досвіду в групах опитаних з різним рівнем вираженості медіарелігійності. Це завдання виконано за допомогою Н-критерію Крускала-Уоллеса (табл. 3).

Таблиця 3

Відмінності у ставленні до власного досвіду у групах респондентів із різним рівнем медіарелігійності особистості

Шкали	Рівень медіарелігійності			Н-критерій	p
	Низький	Середній	Високий		
Ставлення до власного досвіду	263,53	363,64	441,75	117,32	0,001

Статистичні обрахунки підтвердили значимі відмінності в ставленні до досвіду в різних групах схильності до медіарелігійності (H=117,32; p<0,001). Оглянувши середні показники рангів на кожному рівні схильності до релігійної практики із залученням медіа можна передбачити, що респонденти з низьким рівнем досліджуваного явища схильні до емоційно-негативної або нейтральної оцінки власного життєвого шляху, тоді як з високим – більшою мірою до позитивної чи амбівалентної інтерпретації.

Здійснений кореляційний і регресійний аналіз статично підтвердили, що виявлені кореляційні зв'язки досліджуваної характеристики з медіарелігійністю може використовуватися для прогнозування ставлення особистості до власного досвіду.

Список використаних джерел

1. Коструба Н. Апробація методики дослідження медіарелігійності особистості. *Вчені записки ТНУ імені В.І. Вернадського. Серія: Психологія*. 2021. №32 (71/5). С. 28–33. https://doi.org/10.32838/2709-3093/2021.5/05

2. Чепелева Н.В. (Ред.) *Проблемы психологической герменевтики.* Киев : Издательство Национального педагогического университета им. Н.П. Драгоманова. 2009. 382 с.

3. Чепелєва, Н.В. (Ред.) *Розуміння та інтерпретація життєвого досвіду як чинник розвитку особистості* : монографія. Кіровоград : Імекс-ЛТД. 2013. 276 с.

4. Pargament K.I. Koenig H. G., Perez L. M. The many methods of religious coping: development and initial validation of the RCOPE. *Journal of Clinical Psychology*. 2000. №56. P. 519-543.

5. Peseschkian N. *Positive Family Therapy: The Family as Therapist.* Springer-Verlag, Berlin, Heidelberg, New York, Tokyo. 2012. 350 p.

6. Yoon D. P., Lee E. O. Religiousness/spirituality and subjective well-being among rural elderly whites, African Americans, and native Americans. *Journal of Human Behavior in the Social Environment.* 2004. №10. P. 191–211. https://doi.org/10.1300/J137v10n01_05

Коструба Н.С.,
кандидат психологічних наук,
доцент кафедри загальної та клінічної психології
Волинського національного університету імені Лесі Українки;
Боротюк М. Г.,
студентка спеціальності «Психологія»
Волинського національного університету імені Лесі Українки
Україна, м. Луцьк

ПСИХОЛОГІЧНІ ОСОБЛИВОСТІ СТАНОВЛЕННЯ ОСОБИСТОСТІ СТУДЕНТА

Життя людини – це безперервне пристосування до умов настільки ж безперервно мінливого середовища, це вироблення нових форм поведінки, спрямованих на досягнення певних цілей; це різноманітне навчання. Навчання може відбуватися на різних рівнях: 1. Розвиток реактивної поведінки; 2. Оперативна поведінка; 3. Когнітивне навчання; 4. Концептуальна поведінка [1]. У студентському віці найбільш вираженими є різні форми пізнавального навчання.

У наш час надзвичайно актуальною залишається проблема соціально-психологічної адаптації студентів у ВНЗ. Його сутність визначається психологічними, комунікативними, виробничими, правовими особливостями взаємодії людини з навколишньою дійсністю.

Проблемою адаптації в різні часи займалися вчені всього світу. Нині накопичена велика база досліджень зарубіжних (З. Фрейд, К. Роджерс, В. Франкл, Г. Сельє, Е. Гартман та ін.) і вітчизняних учених (К. В. Анохін, Б. Г. Ананьєв, О. О. Бодальов, С. М. Лазерєв, О. М. Леонтьєв, А. В. Петровський та ін.). Що присвячено соціально-психологічній роботі в адаптації особистості [1].

Для того, щоб особистість студента успішно була реалізована у процесі навчання необхідно, перш за все, бути зацікавленим у обраній професії та навчатися у комфортних для себе умовах.

Поглядів та тлумачень поняття «адаптація» є багато. Є. А. Удальцова і О. Ю. Авчерченко, вважають, що адаптація – це, ніби, процес пристосування особистості до змін навколишнього середовища. Іншим словами можна сказати, що фізіологічна адаптація взаємодіє і гармонізується з психологічною адаптацією [4].

Особистість студента є багатогранною та багатоаспектною. У студентські роки відбувається становлення великої кількості відносин до різних об’єктів діяльності, що веде за

собою індивідуально-психологічні та соціально-психологічні взаємини. Ці стосунки насамперед базуються в емоційно-ціннісному сенсі.

Б. Г. Ананьєв зазначає, що студентський вік є сенситивним, тобто найсприятливішим, періодом для розвитку основних соціальних можливостей. Система освіти призначена для сприяння особистому розвитку студента [2].

Як вважає, вітчизняний психолог С. М. Лазарєв, адаптація першокурсника у освітньому закладі характеризується складністю і динамічністю життєдіяльності. Саме тоді студент набуває таких навичок, що дозволяють задовільнити ті вимоги, які постають у процесі навчання [4].

До факторів, що впливають на адаптацію студентів, належать психолого-педагогічні та соціологічні.

До психологічних факторів належать: інтелект, становище в групі, особистісний адаптаційний потенціал. До педагогічних факторів належать: організація навчального середовища, рівень педагогічної майстерності вчителів. До соціологічних факторів відносяться: вік, соціальне походження студента, тип закінченого навчального закладу.

Фактори, що визначають соціально-психологічний портрет студента і неабиякою мірою впливають на успішність навчання, можна розділити на дві категорії: ті, з якими студент прийшов у виш, – їх можна тільки брати до уваги, – і ті, які з'являються в процесі навчання, – ними можна управляти. До першої категорії належать: рівень підготовки, система цінностей, ставлення до навчання, інформованість про вишівські реалії, уявлення про професійне майбутнє [2].

Розвиток студента на різних курсах навчання має особливі риси [3].

На першому курсі вирішується завдання залучення вчорашнього школяра до студентського колективного життя. Поведінка першокурсника відрізняється високим ступенем конформізму; у першокурсників відсутній диференційований підхід до своїх ролей.

Другий курс є найбільш напруженим періодом навчальної діяльності учнів. Процес адаптації до цього середовища в основному завершений. Усі форми навчання і виховання глибоко інтегровані в життя вчителя.

Третій курс є початком спеціалізації, за цей період у студентів посилився інтерес до нічної роботи та поглибився професійний інтерес.

На четвертий курсі йде більш детальний розгляд професій, найближчих до практичної діяльності. Поведінка студентів характеризується інтенсивним пошуком більш раціональних шляхів і засобів спеціального навчання.

П’ятий та шостий курси формують практичну установку для майбутніх видів професійної діяльності. З’являються нові цінності, пов’язані з матеріальними та сімейними ситуаціями, робочими місцями тощо. Студенти поступово відходять від колективної форми життя. У студентському віці суб’єктивне благополуччя можна визначити як важливий показник готовності до професійної діяльності та її успішності, а також як фактор успішної навчальної діяльності та прогностичний показник майбутньої професійної продуктивності та задоволеності фахівця [3].

Отже, показником психологічної адаптації є психологічний комфорт особистості студента, який являє собою баланс емоцій, як позитивних, так і негативних. Важливим аспектом ефективного навчання студентів є освоєння нових можливостей навчання у вищій школі, а також усунення внутрішнього дискомфорту.

Список використаних джерел

1. Гранкіна-Сазонова Н. В. Психологічне благополуччя та життєстійкість студентів-психологів як важливі чинники освоєння професії. *Psychological journal.* 2018. № 7. С. 23–42.

2. Мельничук Т. І. Соціально-психологічні особливості економічного самовизначення студентів у сфері зайнятості в умовах суспільних змін / Актуал. проблеми психології : зб. наук. пр. Ін-ту психології ім. Г. С. Костюка НАПН Київ. 2019. Т. 1. С. 55–61.
3. Харченко А. Особливості психологічного благополуччя студентів різних профілів підготовки. *Молодий вчений*. 2021 № 4 (92), С. 175–178.
4. Яворська Г. Х. Методика організації самостійної роботи студентів: досвід та перспективи. *Наука і освіта : наук.-практ. журнал*. 2011. №8. С. 139–141.

Літвінова А.М.,
кандидат педагогічних наук, доцент,
доцент закладу вищої освіти кафедри економіки та менеджменту
Харківського національного університету імені В. Н. Каразіна
Україна, м. Харків

ОСНОВНІ СКЛАДОВІ САМОРОЗВИТКУ МЕНЕДЖЕРІВ

Нині ніхто не заперечує думки про те, що за молоддю майбутнє, що саме ця категорія населення акумулює творчий потенціал, а це неодмінно призведе до позитивних зрушень у суспільстві. Але разом з тим є очевидною залежність ефективності використання цього потенціалу від рівня здоров'я молодого покоління, від його способу життя. Одним із важливіших напрямків роботи над собою в умовах сучасності повинно стати забезпечення повноцінного духовного, психічного та фізичного розвитку особистості, охорона та зміцнення її здоров'я. Необхідно сформувати в людині переконання, що її сьогоднішнє й майбутнє здоров'я залежить від неї самої. Це, насамперед, наявність високої мети, що надихає її на довге сильне горіння, мобілізує всі її сили й допомагає долати часто тяжкі недуги, виховує волю, дисциплінованість, організованість, віру у власні сили й можливості.

Самоосвіта – це самостійний приріст знань, піднесення в майстерності: чим різностороннє і глибше знання і досвід, тим точніше вибір рішення і дій щодо їх реалізації. Майстерність спричиняє за собою визнання серед оточуючих прославляє людину, затверджує її в житті, допомагає реалізувати себе. Самоосвіта – це необхідне мимовільне прагнення людини або організації до внутрішніх змін і бази знань людини. Організація самоосвіти полягає в постановці мети, визначенні пріоритетів (головних напрямів), виборі способу і забезпеченні регулярності роботи над собою.

Ми вважаємо, що самоосвіта може проводитися в звичайних формах суспільного навчання (вища, середня та професійна освіта) на базі державних, приватних освітніх установ, а також самостійно по індивідуальній методиці.

Основними складовими саморозвитку є:

· самопізнання (пізнання самого себе, свого місця і своєї ролі в цій дійсності);
· самоорганізація (організація свого життя і діяльності);
· самовиховання (формування пріоритетних якостей);
· саморегуляція (підтримка внутрішньої рівноваги);
· самоконтроль (оцінка і коректування своєї діяльності);
· вибір цілей життя і особистої роботи;
· планування особистого часу;
· інформаційний пошук;
· раціоналізація мислення;
· самоосвіта (підвищення якості життя);

· технологія здоров'я (збереження та зміцнення здоров'я як першооснови високої працездатності і повноцінного життя);

· спілкування;

· ритми і гармонія;

· робота в групі;

· ризик творчого мислення;

· робота з конфліктами [1].

Далі ми розглянемо основні складові саморозвитку менеджерів. Самопізнання має на своїй меті пізнання себе як особи, як керівника своїх властивостей і здібностей, своїх сильних і слабких якостей, усвідомлення своїх взаємин з іншими людьми, освоєння образів, ідей і речей об'єктивного світу, спробу розібратися в розумінні сенсу життя і кар'єри, в своєму внутрішньому світі, в призначенні і покликанні. Самопізнання неможливе без оцінки себе порівняно з іншими людьми.

Самопізнання включає пізнання наступних компонентів: сенс життя, покликання, інтереси, потреби, мотиви, ідеал (образ «внутрішньої мети» і діяльності), мрії (уява, направлена в майбутнє, в перспективу життя і діяльності), переконання (думки, що зрозуміли і відчуті людиною, і думки, в істинності яких він не сумнівається і якими керується в роботі), віра в себе, здібності.

Самоорганізація своєю метою має оволодіння методологією і методикою організації життя і діяльності особи, розвиток здібностей і умінь шляхом самонавчання, самовиховання, самоконтролю. Самоорганізація включає наступні компоненти: здібність до самоаналізу, самоконтролю, саморегуляції, уміння передбачати, цілеспрямованість, самостійність, рішучість, наполегливість, мужність, енергійність, ініціативність, самовладання, стриманість, самокритичність, самодисципліна, терпіння.

Так, ми можемо визначити основні вимоги, яким повинна відповідати особистість менеджера:

1. Морально-психологічні якості: високі життєві ідеали, чесність і правдивість, справедливість та об'єктивність, розсудлива воля і мужність, упевненість у собі, розвинуте почуття обов'язку та відповідальності, інтелігентність, тактовність, толерантність, порядність і скромність, самокритичність, дружелюбність, чуйне ставлення до людей, гуманність.

2. Ділові якості: висока ерудиція та професійна компетентність, схильність до організаційної роботи та лідерства в колективі, підприємливість, здатність діяти в умовах ризику, практичний розум, здоровий глузд, комунікабельність, заповзятливість, дисциплінованість, принциповість, відповідальність, аналітичність, працездатність, єдність слова і справи, старанність, організованість, зібраність, високий рівень загальної культури, вольові якості та цілеспрямованість, вимогливість, рішучість, наполегливість, витримка, самостійність.

Крім того, менеджер повинен володіти мистецтвом керівника, навичками роботи з людьми, комплексним, системним підходом до роботи. Успішному менеджеру також необхідно вміти мислити масштабно, вирішувати стратегічні проблеми; діагностувати організаційну систему, інтегрувати ситуацію і робити правильні висновки; оперативно приймати і реалізовувати нестандартні рішення; працювати з людьми та мобілізувати їх до високопродуктивної праці; раціонально організовувати свою працю і працю підлеглих, забезпечувати високу трудову дисципліну; об'єктивно підбирати, оцінювати і розставляти кадри; орієнтуватися в людях, розуміти їх характери, здібності й психологічний стан; забезпечувати самоорганізацію трудового колективу, створювати сприятливий психологічний мікроклімат; встановлювати ділові відносини з іншими керівниками; володіти собою в будь-якій ситуації; виступати, вести розмову, переговори (красномовність, виразність,

переконливість, аргументованість, почуття гумору, охайний зовнішній вигляд); користуватися владою і наданими повноваженнями.

У керівника повинна бути розвинута комунікативна здібність, яка знаходить свій прояв у налагодженні сприятливих відносин між працюючими, що забезпечує успішну колективну діяльність та знаходження в ній свого місця кожним учасником трудового процесу. Якщо ж комунікативні здібності індивіда співпадають із здібностями до лідерства, то це є передумовою формування успішного менеджера.

Умовою ефективної діяльності керівника є добре розвинуте стратегічне мислення, уміння заглянути на багато років вперед.

Оскільки службова діяльність керівника завжди має виховну спрямованість, йому повинні бути властиві певні педагогічні якості: уміння здійснювати навчання підлеглих, розвивати у них потрібні професійні навички; організовувати загальнокультурне, естетичне й фізичне виховання молодих працівників; чітко і логічно формулювати розпорядження, аргументувати свої погляди.

Успішно працюючим керівникам, як правило, притаманні такі риси, як здоровий глузд і певна мудрість. Американський вчений Р. Акофф пише, що мудрість – це здібність передбачати окремі наслідки здійснюваних операцій, готовність пожертвувати негайною вигодою заради великої в майбутньому. На думку вченого, мудрість завжди повернута до майбутнього. Мудра людина намагається керувати майбутнім [2].

Обов'язковою рисою нинішнього керівника є його гуманізм – розвинуте почуття справедливості, людяності, пошани до людей і їх гідності, турбота про добробут людей, постійне здійснення заходів, спрямованих на підвищення задоволення від праці усіх підлеглих.

Сучасному менеджеру має бути притаманна широка гама ділових якостей: висока ерудиція та професійна компетентність, схильність до лідерства в колективі, підприємництва і здатність ефективно діяти в умовах економічного ризику, практичний розум і здоровий глузд, комунікабельність, заповзятливість, ініціативність і енергійність, вимогливість і дисциплінованість, висока працездатність і воля, цілеспрямованість та ін.

Діловитість, насамперед, проявляється у здатності знаходити (в рамках компетентності, наданих повноважень і наявних засобів) оптимальний підхід до ситуацій, що виникають, і найкоротшим шляхом досягати мети [3].

У керівника мають бути розвинутими організаційні здібності, вміння згуртувати колектив, мобілізувавши його на виконання прийнятих рішень, досягнення поставлених цілей. Керівник повинен демонструвати самостійність у роботі та надавати автономність підлеглим, створювати умови для успішного виконання службових обов'язків без втручання зверху.

Із самостійністю тісно пов'язана ініціативність у роботі. Самостійність тільки тоді правомірна, якщо керівник розв'язує незрілі питання без вказівок і порад зверху, не чекає поліпшення загальної економічної ситуації в країні, а завзято шукає нетрадиційні засоби вирішення проблем, що постійно виникають.

Отже, особистий саморозвиток менеджерів та їхня діяльність в сучасному соціумі повинна зберегти та покращити внутрішні резерви людини, здійснювати розвиток і вдосконалення з метою покращення персоналу в цілому.

Список використаних джерел

1. Літвінова А. М. Основні складові саморозвитку особистості. *Дванадцяті Сіверянські соціально-психологічні читання: матеріали Міжнар. наук. онлайн-конф*., м. Чернігів, 26 листоп. 2021 р. Чернігів, 2022. Т.1. С. 110–114.

2. Рогач С. М., Гуцул Т. А., Ткачук В. А. Економіка і підприємництво, менеджмент : навч. посіб. Київ : ЦП «Компринт», 2018. 722 с.

3. Савченко В.А. Управління розвитком персоналу : навч. посіб. Київ : КНЕУ, 2002. 251 с.

Стасюк В.В.,
доктор психологічних наук, професор, професор
кафедри морально-психологічного забезпечення діяльності
військ (сил)
Національного університету оборони України
імені Івана Черняховського;
Дикун В.Г.,
старший викладач кафедри морально-психологічного
забезпечення діяльності військ (сил)
Національного університету оборони України
імені Івана Черняховського
Україна, м. Київ

РЕКОМЕНДАЦІЇ ЩОДО ЗМІСТУ І СПРЯМОВАНОСТІ ЗАХОДІВ СПЕЦІАЛЬНОЇ ПСИХОЛОГІЧНОЇ ПІДГОТОВКИ ОСОБОВОГО СКЛАДУ МЕХАНІЗОВАНИХ ПІДРОЗДІЛІВ ДО БОЙОВИХ ДІЙ

Основою організації заходів такої підготовки є принцип впровадження у процес підготовки елементів напруження, раптовості, небезпеки та ризику, властивих реальним бойовим діям.

Для формування у військовослужбовців механізованих підрозділів моральної та психологічної готовності до ведення бойових дій командири, офіцери структур морально-психологічного забезпечення повинні домогтися створення у військовослужбовців чіткого уявлення про картину загальновійськового бою, впевненості у бойовій техніці та зброї, засобах захисту тощо.

Відповідні заходи необхідно спрямувати на формування у підлеглих емоційно-вольової стійкості (обкаткою особовим складом танків, подоланням вогневих смуг та водних перешкод, відпрацюванням способів захисту від засобів масового ураження, отруйних речовин) та професійно необхідних якостей (уважності, пам'яті та гнучкості мислення, відтворенням під час підготовки особового складу елементів напруження, раптовості, небезпеки, ризику, властивих реальній бойовій обстановці).

Командири підрозділів, їхні заступники з морально-психологічного забезпечення повинні знати, що напруження в ході підготовки особового складу до бою (бойових дій) досягають збільшенням фізичних та нервово-психологічних навантажень, створенням обстановки з різними перешкодами: інтенсивними світловими та звуковими подразниками, браком достатньої інформації та часу в особового складу на ухвалення рішення та виконання завдання; виконанням функціональних обов'язків в умовах, наближених до театру воєнних дій; тривалою активною діяльністю в індивідуальних засобах захисту; тривалими діями вдень і вночі; проведенням бойових стрільб у нічний час, в умовах постійного негативного інформаційно-психологічного впливу противника; навмисним створенням зовнішньої картини бойових дій (муляжами вбитих та поранених, імітацією руїн, пожеж тощо); імітацією отримання особовим складом бойових психогенних травм та розладів; охопленням частини військовослужбовців панікою; необхідністю тривалого і частого подолання характерних перешкод (невеликих водойм, ділянок заболоченої місцевості, завалів, різноманітних

загороджень тощо), зон зараження та осередків пожеж, вогнищ; тривалим виконанням обов'язків ізольовано від колективу, у небезпечних умовах обстановки тощо.

При цьому необхідно враховувати, що адаптацію особового складу до можливого раптового настання небезпеки забезпечують неочікуваним застосуванням на незначній відстані від особового складу засобів імітації, умовним виведенням з ладу зброї, бойової техніки, номерів обслуг, членів екіпажів тощо; швидкою зміною обстановки та ввідних, прихованою підготовкою та раптовим застосуванням різних перешкод і загороджень у моменти активних дій особового складу.

Для формування емоційно-вольової та психологічної стійкості командири, офіцери структур з морально-психологічного забезпечення під час занять з бойової підготовки, бойового злагодження військ повинні створювати елементи небезпеки та ризику: через подолання військовослужбовцями складних перешкод в умовах безпосередньої фізичної небезпеки; ведення бойових дій в умовах розривів імітаційних зарядів та мін; перехід в атаку під вогнем "противника" за танками та броньованими машинами піхоти; пересування десантом на танках; метання бойових гранат у русі; подолання водних перешкод із застосуванням ізолюючого протигаза і без нього; подолання заболочених ділянок місцевості та водних перешкод пересуванням тонкою кригою; виконання інженерних робіт під водою; активний захист від вогненебезпечних речовин; обладнання бойових позицій в умовах зараження місцевості; обкатку танками, установлення та розмінування мінно-вибухових загороджень тощо.

Загалом створення обстановки напруженості, раптовості, небезпеки та ризику не є самоціллю. Підвищуючи на етапі підготовки гостроту реакції військовослужбовців, необхідно привчати їх активно діяти в умовах підвищеного фізичного та психологічного навантаження і набувати необхідного досвіду вольових дій для подолання негативних психічних станів, формування комплексу вольових якостей: самовладання, стійкості, рішучості, сміливості і мужності.

Обстановки активності і творчості під час підготовки механізованих підрозділів досягають такими прийомами, які спонукають особовий склад до активної розумової роботи та самостійних дій: збільшенням обсягу ввідних і практичною їх реалізацією; виконанням функціональних обов'язків і самостійних завдань у складній та швидкозмінній обстановці; вмілою імітацією дій противника.

Командирам підрозділів та їх заступникам з морально-психологічного забезпечення необхідно виховувати у військовослужбовців почуття впевненості у своїй зброї, бойовій техніці та надійності індивідуальних засобів захисту. Цього досягають умілим показом військовослужбовцям переваг своєї зброї та бойової техніки над зброєю та бойовою технікою противника, а також вивченням їхніх тактико-технічних характеристик.

Для підготовки особового складу до дій в умовах можливого застосування противником зброї масового ураження необхідно детально пояснити підлеглим її вражаючі властивості, а також відпрацювати з особовим складом тверді навички застосування засобів захисту, їх спеціальної обробки, а також надання само- та взаємодопомоги в разі ураження отруйними речовинами. Це сприятиме формуванню в особового складу механізованих підрозділів стійкості, витривалості та впевненості в ефективності захисту від хімічної зброї.

У процесі формування в особового складу механізованих підрозділів моральної готовності та психологічної здатності до дій в умовах пожеж, загорань займистих речовин та сумішей особливу увагу необхідно звернути на виховання у військовослужбовців психологічної стійкості перед вогнем, подолання почуття страху, прищеплення практичних навичок з гасіння осередків пожеж, надання першої медичної допомоги у разі отримання опіків, зрештою, набуття впевненості в можливості виконання бойового завдання в умовах масованого застосування противником займистих речовин. Підготовка особового складу до

ведення бойових дій у вищезазначених умовах передбачає показ горіння легкозаймистих речовин, їхню здатність досягати під час горіння високих температур, а також стійкість різноманітних матеріалів до впливу високих температур.

Важливими завданнями спеціальної психологічної підготовки особового складу механізованих підрозділів є: формування у підлеглих впевненості в можливості успішної боротьби з танками та броньованими машинами противника всіма наявними на озброєнні військ засобами, організація вивчення уразливих місць можливого противника, способів захисту від танків та БМП.

Подоланню "танкобоязні" сприяє не лише чітке знання військовослужбовцями сильних та слабких сторін танків і броньованих машин противника, а й добра натренованість особового складу в умілому знищенні цієї техніки та неодноразова обкатка танками в різних умовах обстановки.

Для психологічного загартування особового складу механізованих підрозділів у боротьбі з повітряними цілями противника основну увагу звертають на подолання "літакобоязні".

Загалом в умовах підготовки до бою командирам та їх заступникам з морально-психологічного забезпечення необхідно знижувати психологічне напруження та втому особового складу шляхом забезпечення: своєчасного та калорійного харчування особового складу, норм вживання рідини, максимально можливого відпочинку; уникати випадків самолікування, надавати кваліфіковану медичну допомогу; забезпечувати активне спілкування з товаришами. Якісно організовані та проведені заходи спеціальної психологічної підготовки особового складу разом з іншими заходами морально-психологічного забезпечення та іншими видами підготовки будуть сприяти формуванню в особового складу механізованих підрозділів впевненості в собі, своїх силах, товаришах; психологічної стійкості та фізичної витривалості військовослужбовців; підтриманню необхідного рівня морально-психологічного стану та всебічної готовності до ведення бойових дій в умовах сучасного бою.

Отже, висока боєздатність особового складу механізованих підрозділів визначається формуванням морально-бойових якостей особового складу в ході якісно організованих заходів спеціальної психологічної підготовки, активним і творчим застосуванням усього арсеналу форм та методів морально-психологічного впливу на військовослужбовців.

Список використаних джерел

1. Агаєв Н. А., Дикун В. Г., Чорний В. С. та ін. Морально-психологічне забезпечення у Збройних Силах України : підручник : у 2 ч. Ч. 1. вид. 2-е, перероб. зі змін. та допов., за заг. ред. В. В. Стасюка. Бровари : ТОВ "7БЦ", 2020. 754 с.

2. Організація психологічної підготовки особового складу підрозділів Сухопутних військ : навчально-методичний посібник / за ред. Г.П. Воробйова. Львів: АСВ, 2012. 430 с.

3. Психологія поведінки на війні : практичний порадник. Навчальний посібник / колектив авторів; за заг. ред. В.І. Осьодла. Київ : НУОУ, 2014. 125 с.

4. Психологія бою : посібник / Грицевич Т. Л., Гузенко І. М., Капінус О. С., Мацевко Т. М., Романишин А. М. ; за ред. А. М. Романишина. Львів : Видавництво "Астролябія", 2017. 352 с.

5. Стасюк В.В. Військова психологія видородової діяльності : підручник. Київ : ПП "Золоті Ворота", 2012. 458 с.

6. Стасюк В.В. Психологічне забезпечення діяльності військ (сил) : підруч. Київ : НУОУ, 2014. 504 с.

7. Стасюк В.В. Психологія локальних війн та збройних конфліктів : підруч. Київ : НУОУ, 2016. 412 с.

8. Стасюк В.В. Страх і паніка на війні : монографія. Київ : НУОУ, 2013. 290 с.

Тимошенко І.С.,
директор Васильківського фахового коледжу університету «Україна»;
Єльницька-Погибко Т.В.,
студентка спеціальності «Психологія» Відокремленого структурного підрозділу закладу вищої освіти «Відкритий міжнародний університет розвитку людини «Україна» Миколаївського інституту розвитку людини
Україна, м. Васильків, м. Миколаїв

ВИКОРИСТАННЯ ПСИХОДИНАМІЧНОЇ МОДЕЛІ ПРИ ВИРІШЕННІ КОНФЛІКТНИХ СИТУАЦІЙ У ВІЙСЬКОВОМУ СЕРЕДОВИЩІ

Повномасштабна війна, розв'язана росією проти України, спричинила значну кризу в усіх сферах життя нашої держави, ставши надзвичайно сильним психологічним подразником для кожної людини та всього суспільства. В умовах постійного психологічного напруження знаходяться першочергово військовослужбовці Збройних Сил України, що неминуче призводить до виникнення різного роду конфліктних ситуацій у військовому середовищі. Саме цій надзвичайно актуальній проблемі розв'язання конфліктів у військовому середовищі присвячене наше дослідження.

Методологічну і теоретичну основу дослідження становлять: науково-психологічні уявлення про міжособистісний конфлікт (А. Анцупов, Н. Гришина, Г. Зіммель, А. Ішмуратов, Г. Ложкін), про причини виникнення конфліктів та особливості взаємовідносин у військовому середовищі (М. Варій, М. Козяр, М. Коваль, А. Зиков, J. Kunze, B. Braun).

Конфлікти народжуються на ґрунті щоденних розбіжностей у поглядах, протиборствах різних думок, потреб, спонукань, бажань, стилів життя, надій, інтересів. Вони являють собою ескалацію щоденного суперництва і протистояння в сфері принципових або емоційно обумовлених сутичок, що порушують особистий та/або міжособистісний спокій. Наукові дослідження підтверджують істотне підвищення рівня загальної тривожності, напруженості у військовому колективі, занепокоєння у багатьох військовослужбовців саме через виникнення міжособистісних конфліктів.

Всі ці факти приводять до порушень психічного стану не тільки в результаті безпосереднього впливу на військовослужбовця, але й при очікуванні можливого впливу на нього. Екстремальні ситуації в житті, повсякденні труднощі, особистісне критичне ставлення військовослужбовця до себе та до інших викликають емоційну й інтелектуальну напругу й переростають у складний конфлікт.

Від того, як вчасно і вміло психолог зможе допомогти військовослужбовцю справитися з конфліктними ситуаціями на рівні критичних, екстремальних і повсякденних проблемних ситуацій, залежить соціальне благополуччя, психічне і фізичне здоров'я, успішність самореалізації військовослужбовців у військовому середовищі. Адже конфліктні ситуації негативно впливають на функціонування колективів, а їхня надмірна інтенсивність та тривалість сприяють розвитку багатьох патологій у психіці особистості військовослужбовця [1, с.76].

Виходячи з вищезазначеного, психологу у військовому середовищі необхідно вміти розпізнавати джерело виникнення конфлікту, бачити локалізацію проблемної ситуації, вміти передбачати наслідки та намагатися сприяти уникненню конфлікту ще до його ймовірного виникнення з подальшими деструктивними наслідками конфлікту, а також знати та володіти психологічними методиками розв'язання конфлікту.

Конфлікт – це зіткнення протилежно спрямованих, несумісних одна з одною тенденцій (потреб, інтересів, ціннісних орієнтацій, соціальних установок, планів тощо) у свідомості окремо взятого індивіда, в міжособистісних взаємодіях та міжособистісних стосунках індивідів чи груп людей. Психологічний словник визначає конфлікт як "протиріччя, що важко вирішити, пов'язане з гострими емоційними переживаннями" [3, с. 215].

Міжособистісний конфлікт – зіткнення людей, що взаємодіють, чиї цілі, інтереси, цінності, норми поведінки або методи роботи взаємно виключають одне одного або заважають, протидіють, несумісні в даній ситуації.

Головні умови, що можуть впливати на виникнення конфліктів в військовому середовищі:

- негативні звичаї і традиції, що зберігаються;
- недовіра начальника до підлеглого (яка може проявлятися в зайвому піклуванні підлеглих при виконанні ними своїх обов'язків);
- упереджене негативне ставлення одного військовослужбовця до іншого;
- поблажливе ставлення до людей, що проявляється в зайвій терплячості до них;
- наявність лідера в неформальній мікрогрупі, що характеризується дисфункціональністю, яка може виражатися в невдоволенні високою вимогливістю керівника, проявлятися у міжособистісній антипатії.

Аналізуючи психологічні методи, які можуть використовуватись при вирішенні конфліктних ситуацій у військовому середовищі, ми опиралися на психодинамічну модель, яка фокусується на внутрішньому житті індивіда і послуговується психічним детермінізмом (принципом згідно з яким дії та поведінка людини породжуються її мисленням, а не впливом міжособистісних відносин або навколишньої ситуації).

Дана модель вперше сформульована віденським невропатологом Зигмундом Фрейдом (1856-1939). Вивчивши гіпноз, Фрейд розробив теорію психоаналізу, покликану пояснити як нормальне, так і аномальне психічне функціонування, а також розробив відповідний метод лікування – психоаналіз. На початку 1900-х років Фрейд і його колеги по Віденській психоаналітичній спільноті – Карл Густав Юнг і Альфред Адлер – стали на Заході найбільш відомими клінічними теоретиками [2, с. 280].

На основі аналізу психологічної літератури ми розробили психологічну методику розв’язання міжособистісних конфліктів у військовому середовищі. Під психологічною методикою розв`язання міжособистісних конфліктів ми розуміємо систему заходів та засобів, що сприяють ефективному вирішенню конфліктів у військовому підрозділі.

Етапи вирішення конфлікту передбачають:

І. З’ясувати дійових осіб міжособистісного конфлікту (доцільне застосування методу спостереження в реальних умовах життєдіяльності підрозділу, завдяки якому вивчити соціально-психологічні явища та процеси в підрозділі за різних умов без втручання в їх перебіг; застосування групових та індивідуальних бесід з військовослужбовцями для отримання та уточнення більш достовірної інформації про них самих та про їх міжособистісні стосунки.

ІІ. З’ясувати причини виникнення конфліктів. Для цього слід застосувати: індивідуальні та групові бесіди з військовослужбовцями.

Психодинамічна модель є найстарішою і найбільш відомою з сучасних психологічних моделей. Її теоретики вважають, що поведінка (нормальна чи аномальна), обумовлена головним чином прихованими психологічними силами, які людина не усвідомлює. Ці внутрішні сили вважаються динамічними, тобто вони взаємодіють одна з одною, і їх взаємодія надає певну форму поведінці, думкам і емоціям.

Поява емоційних і поведінкових симптомів розглядається як результат конфліктів між цими силами. Психодинамічна модель передбачає також вивчення минулого клієнтів, оскільки

психологічні конфлікти пов'язані з травматичними переживаннями, які мали місце ще в ранні роки життя. Теоретики психодинамічної моделі виходять з детерміністського припущення, що ніякі вчинки не є «випадковими», а обумовлюються минулим досвідом.

Отже, пропонована модель розв'язання конфліктних ситуацій у військовому середовищі вимагає дослідження соціально-психологічного та морально-психологічного стану як окремого військовослужбовця, так і групи в цілому. За допомогою методів аналізу професійної діяльності, методів діагностики психічних станів та індивідуально-психологічних властивостей особистості, методів спостереження, біографічного методу потрібно здійснювати аналіз міжособистісних стосунків у військовому підрозділі.

Список використаних джерел

1. Алещенко В.І. Психологічне консультування, профілактика і корекція в роботі військового психолога : навч.-метод. посіб. Вісник Нац. ун-ту ім. Т. Шевченка, Військ. спеціальні науки. Київ, 2010. 76 с.

2. Столяренко О.Б. Психологія особистості : навч. посіб. Київ : Центр учбової літератури, 2012. 280 с.

3. Шапар В.Б. Сучасний тлумачний психологічний словник . Харків : Прапор, 2007. 215 с.

СЕКЦІЯ 3
ПСИХОЛОГІЯ РОЗВИТКУ, АКМЕОЛОГІЯ

Башлій А.Г.,
студентка спеціальності «Психологія»
Національного університету «Запорізька політехніка»;
Бородулькіна Т.О.,
кандидат психологічних наук,
доцент кафедри соціальної роботи та психології
Національного університету «Запорізька політехніка»
Україна, м. Запоріжжя

СТАБІЛІЗАЦІЯ ПСИХІЧНИХ СТАНІВ ЗДОБУВАЧІВ ВИЩОЇ ОСВІТИ В УМОВАХ ВІЙНИ (ДО ПОСТАНОВКИ ПРОБЛЕМИ)

Дослідження психічних станів здобувачів вищої освіти завжди мали особливе значення для вікової та педагогічної психології, оскільки, як зазначають М.А. Кузнєцов, К.І. Фоменко, О.І. Кузнецов, саме психічні стани регулюють і забарвлюють життєдіяльність студентів, обумовлюють протікання та успішність навчально-професійної діяльності [2]. Як стверджує І.В. Волженцева, «підтверджено, що психічні стани займають важливе місце в навчальному процесі, визначаючи багато в чому його успішність» [1]. Вивчення особливостей психічних станів студентів надає можливість своєчасно підтримати і посилити позитивні або ж усунути негативні, шкідливі для навчальної діяльності студентів психічні стани [2]. За М.А. Кузнєцовим, К.І. Фоменко, О.І. Кузнецовим, «домінуючі психічні стани виступають у ролі контексту, в рамках якого з тією чи іншою ефективністю відбувається актуалізація навчальних мотивів і прийняття студентом навчально-пізнавального завдання, виконання навчально-пізнавальних, контролюючих та оціночних дій» [2, с. 5].

Як зазначають вчені та підтверджує практика, і в мирні часи «навчальна діяльність студентів характеризується високими емоційними навантаженнями, регулярною перевтомою, періодичними стресовими ситуаціями. Стрес виступає не тільки фактором, що викликає нервово-психічні перенавантаження, перевтому, негативні емоційні реакції студентів, а й виступає чинником дезорганізації навчальної діяльності, зниження рівня працездатності, погіршення навчальної успішності [2, с. 21].

Під час війни в Україні освітній процес в українських ЗВО триває. До «звичайного» освітнього навантаження студентів додається навантаження, пов’язане із здобуттям вищої освіти переважно в дистанційному форматі, у зв’язку з карантинними умовами та обмеженнями (COVID-19), та навантаження, пов’язане з реаліями війни. Війна зробила вкрай небезпечним та стресовим здобуття вищої освіти для студентів в Україні.

Припускаємо, що в умовах тривалого стресу під час війни серед психічних станів багатьох студентів закономірно переважають негативні та астенічні стани. З багатьма психічними станами важко впоратися без застосування додаткових ресурсів, практик саморегуляції, стабілізаційних вправ та ін. Без стабільного психологічного стану навчання в кризових умовах не може бути успішним. Тому, як викладачам, так і студентам потрібно вміти стабілізувати свій психічний стан. Вважаємо, що викладачам, не зважаючи на фах, бажано оволодіти додатковими компетентностями з надання першої психологічної допомоги для того, щоб у разі потреби застосовувати ці знання та навички в освітньому процесі, а стабілізація психічного стану – є одним з перших кроків цієї базової допомоги. В кризовій допомозі вже

напрацьовано багато стабілізаційних вправ та технік, серед яких: «Обійми метелика», «Дихання по квадрату», «Безпечне місце» та ін. В якості ефективних методів корекції психоемоційної напруги та саморегуляції використовують аутогенне тренування, майндфулнес, прослуховування музики, тілесні практики та ін. Ефективність застосування конкретних відомих вправ та технік, які вже себе зарекомендували або в навчальній діяльності, або в кризовій психології, потребують емпіричної перевірки саме в навчальному процесі в умовах війни.

Список використаних джерел

1. Волженцева І.В. Оптимізація психічних станів студентів у навчальній діяльності засобами музичного впливу : автореф. дис. … канд. психол.наук : спец. 19.00.07 «Педагогічна та вікова психологія. Київ, 2006. 24 с.

2. Кузнєцов М.А., Фоменко К.І., Кузнецов О.І. Психічні стани студентів у процесі навчально-пізнавальної діяльності. Харків : ХНПУ, 2015. 338 с.

Бородулькіна Т.О.,
кандидат психологічних наук, доцент,
доцент кафедри соціальної роботи та психології
Національного університету «Запорізька політехніка»
Україна, м. Запоріжжя

КОПІНГ-СТРАТЕГІЇ УЧАСНИКІВ ГРУПОВОГО ОНЛАЙН-КУРСУ З ПОДОЛАННЯ СТРЕСІВ АБСР (КОНСТАТУВАЛЬНИЙ ЕТАП ДОСЛІДЖЕННЯ)

В листопаді 2021 р. українськими вченими у співпраці з дослідницькою організацією «Персей» (Швейцарія) розпочалося дослідження ефективності групового онлайн-курсу з подолання стресів АБСР. До участі в груповому онлайн-курсі з подолання стресів АБСР запрошувалися всі бажаючі через сайт курсу АБСР та соціальні мережі. Учасникам дослідження пропонувалося протягом тижня (з 17 по 23 січня 2022 року) виконати певні завдання шляхом заповнення google-форм, розташованих на спеціально створеному для дослідження сайті. Після виконання завдань, які складали зміст констатувального етапу дослідження, учасникам було надано доступ до двомісячного групового онлайн-курсу з подолання стресів АБСР, що складало зміст формувального етапу дослідження [1; 4; 5].

В одному із завдань дослідження на констатувальному етапі учасникам пропонувалося дати відповіді на запитання «Що саме допомагає Вам долати стрес?». Нами проаналізовано відповіді 74 осіб, які зацікавилися участю в курсі АБСР та в науковому дослідженні. Серед зацікавлених були переважно жінки (91%); середній вік учасників – 47,5 років; освіта 91% учасників – вища.

Всі відповіді на запитання «Що саме допомагає Вам долати стрес?» нами проаналізовано із використанням контент-аналізу та розподілено на шість тематичних (смислових) груп (табл.1). При розподілі на смислові групи ми спиралися на розроблену М. Лаадом багатовимірну модель стилів «виживання» людини – BASIC Ph Model, яка включає такі копінг-стратегії: 1) Affect (почуття/афект/емоції): уміння розпізнавати різні почуття – як внутрішні (несвідомі), так і відкриті – і називати їх своїми власними іменами; 2) Cognition (розум/пізнавальний, когнітивний фактор/знання/логіка/думки/реальність): спосіб подолання криз, що використовує наші ментальні здібності, вміння логічно мислити, оцінювати ситуацію, осягати нові ідеї, планувати, аналізувати проблеми та вирішувати їх, навчатися; 3) Physiology (діяльність/фізичний та фізіологічний фактор): спосіб подолання криз, що

звертається до діяльності нашого фізичного тіла, фізична активність (прогулянки на природі, спорт, фізична праця), отримання задоволення через їжу; 4) Social (суспільство/соціальний фактор/приналежність/родина/друзі): здатність/прагнення до спілкування; соціальна підтримка, приналежність до спільноти, організації, прийняття певної соціальної ролі; 5) Imagination (гра уяви та фантазії): творчі здібності; використання творчості, рольового програвання, полегшення, відволікання; заняття рукоділлям, гончарством та ін.; 6) Belief (віра/вірування, переконання та цінності/філософія життя): вміння вірити – будь-то віра в Бога, в людей, у диво чи в себе самого; система переконань, цінностей та смислів; знаходження нового сенсу; потреба в самореалізації та самовираженні [2, 3].

Таблиця 1

Результати контент-аналізу та частотного аналізу відповідей учасників на запитання «Що саме допомагає Вам долати стрес»

№	Смислова група	Приклади відповідей учасників	Кількість	Відсоток
1	Affect (почуття/афект)	«спокій», «цікавість», «почуття відповідальності», «прийняття оточуючого зі спокоєм», «наступний стрес»	10	13,5
2	Cognition (розум/пізнавальний, когнітивний фактор)	«моя свідомість», «порахувати до десяти», «розбір ситуації», «побудова планів», «навчання», «знання», «читання», «мислити свідомо»	19	25,7
3	Physiology (діяльність/фізичний та фізіологічний фактор)	«прогулянки», «солодке», «масаж», «дихання», «сон», «мандрівки», «тілесні практики», «евритмія», «природа», «їжа», «ліки», «спорт», «туризм», «гаряча ванна», «фізична праця»	49	66,2
4	Social (суспільство/соціальний фактор)	«люди», «підтримка близьких», «позитивне спілкування», «допомагати людям», «професія, робота», «психотерапевт»,	17	23
5	Imagination (гра уяви та фантазії)	«медитація», «танок», «музика», «творчі справи», «щось зробити власними руками»	22	29,7
6	Belief (віра /вірування, переконання та цінності)	«внутрішній стрижень», «орієнтування на власні смисли», «молитва», «відвідування храму», «опора в духовному світі», «віра у вище та найкраще»	11	14,9

Результати частотного аналізу отриманих відповідей на запитання «Що саме допомагає Вам долати стрес?» (рис.1) показали, що провідною копінг-стратегією для учасників нашого дослідження є копінг «Physiology (діяльність/фізичний та фізіологічний фактор)». Середню значущість мають копінги «Imagination (гра уяви та фантазії)», «Cognition (розум/пізнавальний, когнітивний фактор)», «Social (суспільство/соціальний фактор)».

Найменше представлені копінги «Belief (віра /вірування, переконання та цінності)» та «Affect (почуття/афект)».

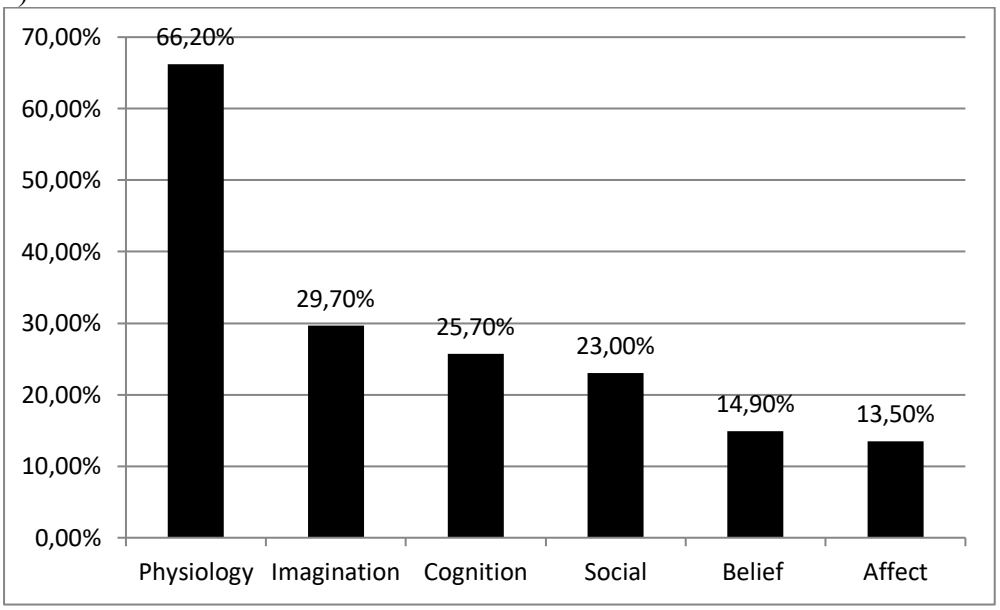


Рис. 1. Розподіл досліджуваних за копінг-стратегіями, %

Додатковий частотний аналіз показав, що найчастіше відповіді одного учасника можна віднести до одного (51,4%) чи двох (35,1%) копінгів; найбільш пов'язаними між собою копінгами є: «Physiology (діяльність/фізичний та фізіологічний фактор)» та «Imagination (гра уяви та фантазії)» (21,62%); «Physiology (діяльність/фізичний та фізіологічний фактор)» та «Social (суспільство/соціальний фактор)» (17,56%); «Physiology (діяльність/фізичний та фізіологічний фактор)» та «Cognition (розум/пізнавальний, когнітивний фактор)» (12,16%).

Отримані результати звертають увагу на те, що ті, хто зацікавився на початковому етапі груповим онлайн-курсом з подолання стресів АБСР, в основі якого лежать евритмічні вправи, вправи на усвідомленість та спостереження за власною поведінкою, схильні долати стрес через фізичну діяльність із задіянням свого тіла, певну гру уяви, розум та соціальну активність і приналежність. Якраз ці ресурси є основними в курсі АБСР: евритмічні вправи є різновидом усвідомлених тілесних практик (копінг «Physiology»), при виконанні яких активно задіюється свідомість та уява (копінги «Cognition» та «Imagination»); курс проводиться в груповому форматі, тобто передбачає одночасні спільні заняття багатьох учасників з різних куточків світу, їхнє спілкування та взаємопідтримку під час проходження курсу (копінг «Social»). Припускаємо, що ведучі курсів АБСР можуть враховувати ці результати в рекламній кампанії курсу та робити акцент саме на цих домінуючих копінгах при запрошенні нових учасників.

Список використаних джерел

1. Бондаревич І., Бородулькіна Т. Організація та методичне забезпечення дослідження ефективності групового онлайн курсу з подолання стресів АБСР. *Актуальні проблеми екстремальної та кризової психології : збірник тез Міжнародної науково-практичної конференції* ; відп. ред. Коваль В.О. Дніпро : Дніпроп. держ. ун-т внутр. справ. 2022. С. 6–10. URL: https://er.dduvs.in.ua/handle/123456789/9538

2. Бородулькина Татьяна. Метафора руки как проективный материал в работе практического психолога. *East European Journal of Psycholinguistics*. (2017). Lutsk: Lesya Ukrainka Eastern European National University. Vol. 4, No 1. Pp. 17–29. URL: https://zenodo.org/record/824023#.Y0vlkv1BzIV

3. Гавриловська К.П. Модель BASIC Ph у роботі психолога. *Розвиток обдарованої особистості в освітньому просторі: ціннісний вимір: тези доповідей X наук.-практ. семінару*, 23 квіт. 2020 р. Київ: Інститут психології імені Г.С. Костюка НАПН України, 2020. С. 14–15. URL: http://eprints.zu.edu.ua/31196/1/Havrylovska_BASIC%20Ph.pdf

4. Подолання стресів шляхом вправ АБСР (офіційний сайт програми). URL: https://ru.eurythmy4you.com/absr

5. Хундхаммер Т., Боковець А., Бородулькіна Т., Бондаревич І. Дослідження ефективності групового онлайн-курсу з подолання стресів АБСР: підготовчий етап. *Психологічна допомога особам та групам, що опинились в складних життєвих обставинах* [збірник тез Всеукраїнського круглого столу]. Відп. ред. Коваль В.О. Дніпро: Дніпропетровський державний університет внутрішніх справ. 2022. С. 52–53.

Грицюк І.М.,
кандидат психологічних наук, доцент
доцент кафедри практичної психології та психодіагностики
Волинського національного університету
імені Лесі Українки
Україна, м. Луцьк

ОСНОВНІ МЕТОДОЛОГІЧНІ ПОЛОЖЕННЯ МОРАЛЬНИХ ЦІННОСТЕЙ ТА РОЗВИТКУ ОСІБ З ПРОБЛЕМАМИ РОЗВИТКУ

Уявлення про існування тісних зв’язків між здоров’ям і хворобами людини, з одного боку, різними переживаннями, з іншого, належить до найдавніших ідей медицини та психології. У загальній проблематиці психосоматичних ставлень виокремлюють два аспекти: вплив психічних факторів на соматичну сферу людини і вплив соматичних факторів на психіку людини. Перший аспект знайшов своє відображення у психосоматичному підході в медицині, медичній та клінічній психології.

У працях, присвячених дослідженню психіки хворих, що страждають на різні соматичні захворювання, встановлено, що є два типи впливу соматичної хвороби на психіку: соматогенний – інтоксикаційний вплив на центральну нервову систему і психогенний – реакція особистості на захворювання та його наслідки. Основною формою впливу соматичного захворювання на психіку людини є психогенна [4].

У своїх ранніх працях В. М. Мясищев, аналізуючи структурно-динамічні характеристики особистості, підкреслював, що до первинних особливостей належать динамічні характеристики особистості, зумовлені якостями нервової системи та особливостями захворювання. На основі первинних симптомів виникають вторинні особливості у формі різноманітних характерологічних порушень, що являють собою результат складної взаємодії зовнішніх і внутрішніх факторів. Він зазначав, що виникнення вторинних особливостей особистості хворої дитини може бути викликано низкою причин, до яких належать переживання з приводу фізичного дефекту, особливості виховання, характер стосунків у сім’ї дитини.

Все це призводить до порушень системи ставлень дитини, соціальної адаптації та до невротичних реакцій. Фізичні дефекти не тільки призводять до інвалідності, а й мають виражений негативний вплив на особистість людини. Для нас важливе значення має думка вітчизняних і зарубіжних дослідників, згідно з якою фізичний дефект, виступаючи в ролі функціонального обмеження можливостей взаємодії людини із навколишнім середовищем,

викликає не тільки значне погіршення соматичного стану хворих, а й часте виникнення порушень особистісного функціонування.

При дослідженні особистісних особливостей дітей і підлітків із руховими порушеннями внаслідок дитячого церебрального паралічу [2], із вродженими дефектами зовнішності [1], з недорозвиненням кінцівок внаслідок захворювань і порушень опорно-рухового апарату виявлені слабість нервових процесів, емоційна нестійкість, імпульсивність. Переважання високої особистісної тривожності, наявність суперечливої, конфліктної самооцінки, негативного ставлення, неприйняття особистісного «Я», істотні проблеми у сфері міжособистісних стосунків виявлено в осіб з набутими фізичними дефектами в дорослому віці [3].

Е. Каліжнюк виділяє два типи реагування осіб із руховими порушеннями на фізичний дефект: самооборонний і агресивнозахисний. І. Мамайчук, досліджуючи дітей та підлітків із ДЦП, виявив, що структура їхньої особистості відрізняється меншою інтегрованістю, а структуроутворюючим компонентом особистості є емоційно-вольові характеристики (фрустрованість, емоційно-вольова нестабільність, тривожність).

Дослідження, присвячені проблемі розвитку осіб з обмеженими фізичними можливостями (А. Литвак, А. Зотова, Б. Коваленко, Л. Солнцева), показали, що їх сталі ознаки (спрямованість, здібності, темперамент, характер та ін.) опосередковано пов’язані з наявністю дефекту (соматичного, сенсорного). В одних випадках цей зв’язок здебільшого детермінований недостатністю в царині чуттєвого пізнання та неконструктивним досвідом пізнавальної й орієнтувальної діяльності, в інших – несприятливими умовами виховання, «випадінням» із колективу, обмеженням діяльності, негативним досвідом та результатом взаємодії з оточуючими. Обмежені фізичні можливості ускладнюють розвиток особистості, і насамперед, розвиток позитивної «Я/концепції». До загальних проблем розвитку особистості з обмеженими фізичними можливостями також відносять соціальну дезадаптацію, недостатність сформованості емоційно-вольової, мотиваційно/потребнісної, комунікативної та предметно-діяльнісної сфер [4].

Осмислюючи сучасний рівень взаємин науки, релігії, філософії, можна зазначити, що їх поліфонічний простір не позбавлений взаємопроникнення (звісно, у виправданих межах). У соціальній сфері людина завжди вела боротьбу за право на гідні умови життя, епохально змінювались лише її засоби та тактика. Фактом є й те, що феномен моралі супроводжував, а то й облагороджував процес еволюції суспільств [5].

Гуманістична природа людського мислення відображається в принципах «активного ненасилля», «недискримінації», «свободи вибору». Гуманістичний світогляд ґрунтується на визнанні невід'ємних прав людини, в тому числі на достойне, повноцінне і щасливе життя для кожного, незалежно від національних, релігійних, вікових, статевих, індивідуальних або соціальних особливостей. Поняття гуманізму близьке до питань, що стосується міжособистісних взаємин, сімейних зв'язків, людських контактів і є важливим для формування ставлення суспільства до людей з інвалідністю та подолання бар'єрів у всіх осіб, які вибудовують взаємодію (незалежно від діагнозів та проблем розвитку).

Список використаних джерел

1. Актуальні питання соціально/реабілітаційної технології допомоги дітям, молоді з функціональними обмеженнями та їх батькам. За ред. К. С. Шендеровського. Київ : КМДССМ, 2003. 108 с.

2. Боришевський М.Й. Духовність в особистісних вимірах. *Збірник наукових праць Інституту психології ім. Г.С. Костюка АПН України.* За ред. С. Д. Максименка. Т. X, част. 4. Київ, 2008. С. 61–69.

3. Боришевський М.Й. Дорога до себе: Від основ суб'єктності до вершин духовності. Київ., 2010. 416 с.

4. Бохонкова Ю. Можливості корекції особистісних чинників соціально-психологічної адаптації. *Соціальна психологія.* 2005. № 2 (10). С. 45–54.

5. Національна доповідь «Про становище інвалідів в Україні». Вид. Міністерством праці та соціальної політики України. Київ., 2008. 200 с.

Дембіцька С.В.,
доктор педагогічних наук, доцент,
професор кафедри безпеки життєдіяльності та педагогіки безпеки
Вінницького національного технічного університету
Україна, м. Вінниця

АКСІОЛОГІЧНИЙ ПІДХІД ЯК ОСНОВА ФОРМУВАННЯ ПРАЦЕОХОРОННОЇ КОМПЕТЕНТНОСТІ МАЙБУТНІХ ФАХІВЦІВ ТЕХНІЧНИХ СПЕЦІАЛЬНОСТЕЙ

Існує нагальна потреба формування нової генерації технічних працівників, здатних постійно підвищувати фаховий рівень та ризик-орієнтовано мислити в процесі виконання професійних обов'язків. Адже специфіка професійної діяльності фахівця технічних спеціальностей така, що краще запобігти негативним наслідкам, ніж допустити їх. Особливо це стосується складних технічних комплексів, аварії на яких спричиняють не тільки матеріальні збитки, але й можуть призвести до травмування та загибелі людей. З метою формування ідеології безпеки, такий алгоритм досягнення безпеки машин на етапі проєктування затверджений державним стандартом України ДСТУ EN 1050:2003 «Безпечність машин. Принципи оцінювання ризику» та низкою інших нормативних документів, відповідно, нагальною є проблема корегування змісту працеохоронної підготовки майбутніх фахівців у руслі сучасних тенденцій розвитку науки та техніки.

Майбутні фахівці технічних спеціальностей потребують такої професійної підготовки, яка характеризується високим ступенем наукового, технічного та виробничого значення, здатністю використовувати знання в професійній діяльності, опановувати нові методи пізнання, самовдосконалення. З метою швидкого усвідомлення проблемної ситуації на робочому місці та її вирішення вони повинні володіти професійними знаннями з обраної спеціальності, високим рівнем фундаментальної підготовки з науково-природничих дисциплін, бути здатними до аналізу та синтезу, а також демонструвати навички працеохоронної професійної діяльності.

Аналіз літературних джерел, а також власного досвіду викладання дисциплін «Безпека життєдіяльності», «Основи охорони праці» та «Охорона праці в галузі» майбутнім фахівцям технічних спеціальностей дозволяє дійти висновку про наявність розриву між завданнями ЇХ професійної підготовки та формування працеохоронної компетентності, неповне використання міжпредметної інтеграції, що негативно позначається на формуванні у студентів знань, умінь, навичок працеохоронної діяльності. Аналіз стандартів вищої освіти із спеціальностей галузі знань 13 «Механічна інженерія» засвідчив, що в зазначеному переліку компетентностей відсутні: здатність виконувати свої професійні обов'язки безпечно як для себе, так і для інших працівників; здатність виконувати визначені завдання з охорони праці в межах посадової інструкції тощо. З цього приводу О. Мєщанінов наголошує, що набуття навичок забезпечення охорони праці, підтримка процесу прийняття рішень у нестандартних

та часто небезпечних для працівника та колективу ситуаціях на підприємстві майбутній фахівець має оволодіти ще у процесі навчання [7, с. 65].

У науковій літературі наявні твердження, що зміст технічної освіти вимагає оновлення. Зокрема, В. Пришляк визначив такі напрями оновлення змісту вищої технічної освіти:

– оновлення навчального матеріалу відповідно до сучасних досягнень науки та технологій;

– оновлення програм навчальних дисциплін за рахунок включення нових актуальних у сучасному суспільстві тем та вилучення застарілих;

– – генералізація змісту освіти за рахунок виокремлення фундаментальних освітніх об'єктів, системотворчих понять, принципів, закономірностей з одночасним розвантаженням за рахунок другорядного або застарілого матеріалу [8, с. 61–62].

Однак, важливим аспектом вдосконалення професійної підготовки майбутніх фахівців технічних спеціальностей вважаємо оновлення освітніх програм із використанням аксіологічного підходу. В цьому контексті погоджуємося із твердженням О. Гулай про те, що у процесі професійного навчання необхідно формувати систему ціннісних орієнтацій як основу поведінки, відносин, світогляду учасників освітнього процесу; ціннісні орієнтації як складова світогляду особистості забезпечують їй високий рівень адаптації до сучасних умов [1, с. 179]. Адже ефективна працеохоронна діяльність можлива лише за умов, коли власна безпека стає цінністю у свідомості людини, коли працівник дотримується вимог охорони праці на робочому місці не тому, що «так потрібно», а із внутрішніх переконань правильності власних дій.

Аксіологічний підхід в професійній підготовці набуває філософської, соціологічної, педагогічної специфіки та відображається не стільки у змісті професійної освіти, скільки у її методах та засобах. З точки зору аксіології, викладача має цікавити не лише те, що відображається в свідомості майбутнього фахівця, а й те, які причини спонукають до формування його професійної компетентності та які наслідки воно матиме у подальшому розвитку фахівця та члена суспільства, зважаючи на сформовані цінності. З точки зору гуманістичної педагогіки, саме цінності є основними складові структури особистості, які і визначають спрямованість, активність, діяльність, волю, духовність та відображаються в особистісних установках, якостях через відношення особистості до соціуму, природи, до самої себе тощо.

Сутність застосування аксіологічного підходу в професії підготовки майбутніх фахівців технічних спеціальностей полягає у формування розуміння безпеки як особистісної цінності майбутнього фахівця. Глобальність проблеми професійної безпеки вимагає розгляду механізмів формування ціннісних орієнтацій майбутніх фахівців. Процес розвитку цінностей в сучасних умовах характеризується вільним, творчим характером, актуалізацією і накопиченням цінностей. Він достатньо складний, має певну тимчасову протяжність, не передбачає нав'язування. Так, згідно із результатами досліджень Т. Калюжної [5] він відбувається в такі етапи презентація цінностей, усвідомлення бажаних ціннісних орієнтацій людиною, сприймання бажаних ціннісних орієнтацій, їх реалізація в діяльності і поведінці, перехід ціннісної орієнтації в статус якості особистості та нарешті актуалізація потенційної ціннісної орієнтації. Перехід через всі етапи відображається у формуванні та вдосконаленні певних якостей особистості майбутнього фахівця. Окремі напрацювання з означеної проблеми відображені нами у публікаціях [2-4].

Отже, професійна підготовка майбутніх фахівців має бути орієнтована передусім на забезпечення безпеки майбутнього працівника на робочому місці, оскільки людина, її життя і здоров'я, честь і гідність, недоторканність і безпека визнаються в Україні найвищою соціальною цінністю (ст.3 Конституції України [6]). На сучасному етапі розвитку технологій та суспільства забезпечення належного рівня безпеки технічних процесів, має бути

першочерговим завданням не лише роботодавців, але й освітніх установ. Це пояснюється тим, що нова парадигма вищої освіти орієнтується на підготовку компетентних фахівців, зокрема в питаннях безпечної організації праці. Варто зауважити, що при цьому результатом професійної підготовки має бути вміння застосовувати вивчене під час безпечного виконання професійних завдань.

Список використаних джерел

1. Гулай О. І. Теоретико-методичні основи професійної підготовки майбутніх фахівців будівельного профілю в умовах неперервної освіти : дис. … доктора пед. наук : 13.00.04 / Вінницький державний педагогічний університет ім. М. Коцюбинського. Вінниця, 2016. 435 с.
2. Дембіцька С. В. Забезпечення міжпредметної інтеграції в процесі підготовки фахівців механічної інженерії. *Актуальні дослідження в соціальній сфері : матеріали чотирнадцятої міжнародної науково-практичної конференції*, 18 листопада 2019 р., м. Одеса. Одеса : ФОП Бондаренко М. О., 2019. С. 129–131.
3. Дембіцька С. В. Забезпечення міжпредметної інтеграції дисциплін в процесі підготовки фахівців механічної інженерії. *Педагогіка безпеки. Міжнародний науковий журнал*. 2019. Т. 4, №2. С. 123–130
4. Дембіцька С. В. Методичні умови розвитку педагогічної компетенції фахівців машинобудівних спеціальностей в закладах вищої освіти. *Інженерні та освітні технології. 2019.* Т. 7. № 1. С. 28–35.
5. Калюжна Т.Г. Педагогічна аксіологія в умовах модернізації професійно-педагогічної освіти: монографія. Київ : Вид-во НПУ імені М.П.Драгоманова, 2012. 128 с.
6. Конституція України : станом на 1 верес. 2016 р. / Верховна Рада України. Харків : Право, 2016. 82 с.
7. Мещанинов О. П. Концептуальная модель оценки качества университетской системы образования. *Теорія і практика управління соціальними системами.* 2006. № 1. С. 63 –73.
8. Пришляк В. М. Концептуальні підходи до проектування змісту інженерної освіти у ВНЗ. *Сучасні освітні технології у професійній підготовці фахівців аграрного профілю :* колективна монографія викладачів Вінницького національного аграрного університету та технологічно-промислового коледжу ВНАУ. 2015. С. 55–64.

Ілов О.А.,
магістрант спеціальності «Психологія»
Національного університету «Запорізька політехніка»;
Бородулькіна Т.О.,
кандидат психологічних наук, доцент,
доцент кафедри соціальної роботи та психології
Національного університету «Запорізька політехніка»
Україна, м. Запоріжжя

СТАБІЛІЗАЦІЯ ПСИХІЧНИХ СТАНІВ ОСОБИСТОСТІ В УМОВАХ ВІЙНИ (ДО ПОСТАНОВКИ ПРОБЛЕМИ)

Слово «стабілізація» (від лат. stabilis – стійкий [1]) є загальновживаним і застосовується не тільки в психології в якості психологічного терміну. До найбільш розповсюджених значень слова «стабілізація» належать: «зміцнення, укріплення, приведення чого-небудь у стійкий стан; стан стійкості, постійності»; «надання стійкої рівноваги тілу під час руху»,

«забезпечення сталості, незмінності яких-небудь величин, характеристик, ступеню вияву чого-небудь» [2]; «зміцнення, набування стійкості, незмінності; стан сталості» [1]. Якщо розглянути значення цього слова в психологічному контексті, то можна вийти на такі тлумачення стабілізації: зміцнення, укріплення, приведення психіки людини у стійкий стан; стан психічної/психологічної стійкості; надання стійкої рівноваги тілу людини та її Я»; забезпечення сталості, незмінності психічних станів людини; стан психічної стійкості, внутрішньої сталості, врівноваженості. В психології існують дослідження з вивчення стабілізації особистості, психічних станів, психоемоційних станів, морально-психологічного стану. Звичайно, під час війни актуальність дослідження проблематики стабілізації психічних станів людини набуває більшої значущості.

Вважаємо, що стабілізація психічного стану особистості сприяє «виживанню» людини в умовах війни та ефективному її функціонуванню в соціумі, бо життя людини так влаштоване, що вона відчуває потребу у відчуттях спокою і захищеності, в гармонійному існуванні в навколишньому середовищі. В цілому людина часто не дуже чітко усвідомлює свій стан та доцільність своїх дій. Для подолання негативних наслідків тривалого стресу величезного бажання недостатньо – тільки самодисципліна та глибоке занурення у лабіринти своєї свідомості та підсвідомості при допомозі експертів в галузі подолання кризової допомоги може сприяти зціленню людини. В умовах такої надзвичайної ситуації як війна, особистість, з одного боку, перебуває у стресі, а з іншого боку – адаптується до нових умов. Вважаємо, що чим раніше людина усвідомить що наслідки перебування в стані тривалого стресу можуть бути катастрофічними для її подальшого життя та здоров'я, тим швидше вона зрозуміє необхідність у свідомій стабілізації свого психічного стану.

Стабілізація психіки є окремим випадком психологічної корекції. В той же час вважаємо, що будь-яка форма психологічної допомоги (психодіагностика, психологічне консультування, психологічна корекція, психологічна реабілітація, психотерапія) не може розпочатися, якщо людина, якій ця допомога надається, знаходиться в нестабільному розбалансованому психічному стані. Якщо це так, то фахівець має допомогти людині стабілізувати свій психічний стан для можливості надання тієї чи іншої форми психологічної допомоги.

Список використаних джерел

1. Словник іншомовних слів Мельничука. URL: http://slovopedia.org.ua/42/53409/290354.html

2. Словник української мови. URL: http://sum.in.ua/s/stabilizacija

Коцило Д.О.,
магістрант спеціальності «Психологія»
Національного університету «Запорізька політехніка»;
Коваль В.О.,
кандидат педагогічних наук, доцент,
доцент кафедри соціальної роботи та психології
Національного університету «Запорізька політехніка»
Україна, м. Запоріжжя

ПСИХОГІМНАСТИКА ЯК ЗАСІБ РЕГУЛЯЦІЇ ЕМОЦІЙНИХ СТАНІВ У ДІТЕЙ ДОШКІЛЬНОГО ВІКУ З СИНДРОМОМ ДАУНА

На етапі контрольного зрізу були проведена таж сама сукупність діагностичних методик («Методика вивчення мімічної моторики» (Г. Волкова), модифікація методики «Вивчення

розуміння емоційних станів людей, зображених на картинці» (Е. Ізотова), модифікація тесту «Розпізнавання емоцій» (Т. Череднікова) та анкетування батьків ««Ознаки психічного напруження та невротичних тенденцій у дітей дошкільного віку»).

У ході дослідження було виділено такі критерії як: здатність визначити особливості вираження емоційних станів, диференціація та адекватна інтерпретація емоційних станів інших людей, здатність розпізнавання простих та складних емоцій.

З метою виявлення поведінкової саморегуляції дошкільників з синдромом Дауна нами було обрано, результати якого фіксувались у протоколах до кожної методики. Результати методики «Методика вивчення мімічної моторики (за Г. Волкова)» та спостереження з метою виявлення поведінкової саморегуляції дошкільників з синдромом Дауна показали, що найбільш відомою емоцією для дітей була «радість» – 30%. Емоцію «сум та подив» в контрольній групі змогли мімічно зобразити – 10% дітей, у експериментальній групі – 20%. Емоцію «гнів» в експериментальній групі зобразили – 10%, у контрольній зовсім не змогли відобразити. Емоцію «переляк» експериментальній групі – 10% зобразили, а у контрольній групі – 50%. Емоцію «страх» в експериментальній групі зобразили – 10%, у контрольній групі – 10% дошкільників. Узагальнені результати представлені на рис. 1. «Контрольний зріз за методикою «Методика вивчення мімічної моторики (за Г. Волкова)».

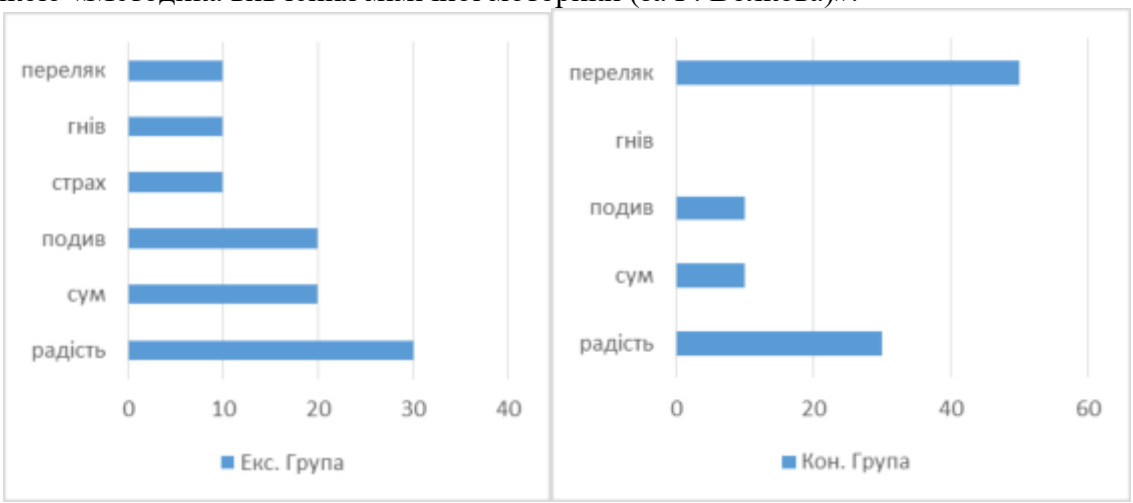


Рис. 1. Контрольний зріз за методикою «Методика вивчення мімічної моторики (за Г. Волкова)»

Таким чином, діти експериментальної групи найчастіше могли зобразити радість, подив, сум, а рідше – гнів, страх та переляк. Діти контрольної групи – зобразили радість, сум, подив та переляк, рідше – страх, гнів. Ці результати свідчать про систематичне відвідування занять з психогімнастики та ефективність реалізації програми з психогімнастики.

Порівняння результатів в експериментальній та контрольній групах на етапі контрольного зрізу за методикою «Вивчення розуміння емоційних станів людей, зображених на малюнку» показали, що найбільш знайомою емоцією для дітей експериментальної групи були: радість 60%, печаль 60%, страх – 50% діти змогли їх ідентифікувати, а контрольна група – радість 40%, печаль 40%, страх – 30%. Діти експериментальної групи – емоції: гнів 30%, подив 30%, образа 20%, а контрольної групи гнів 20%, подив 20%, образу зовсім не ідентифікували. Емоцію переживання діти контрольної групи не змогли назвати таке почуття, а діти експериментальної групи – 10%. Узагальнені результати представлені на рис. 2 «Контрольний зріз за методикою «Вивчення розуміння емоційних станів людей, зображених на малюнку».

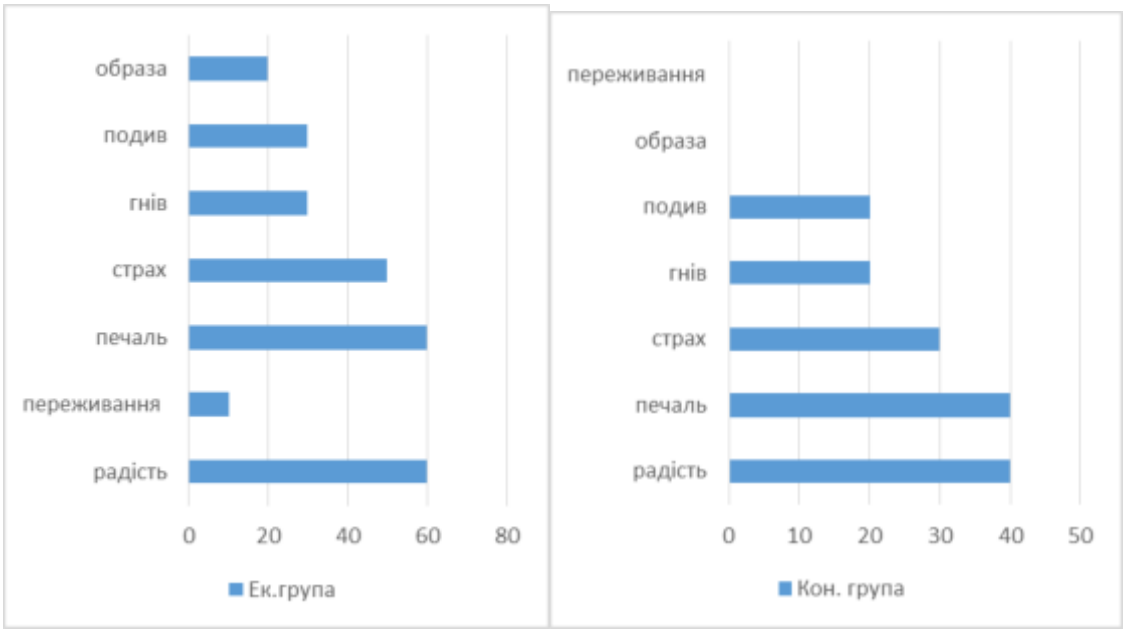


Рис. 2. Контрольний зріз за методикою «Вивчення розуміння емоційних станів людей, зображених на малюнку»

Таким чином, не всі діти змогли зобразити емоційні стани такі, як переляк, гнів, але діти, які відвідують заняття з психогімнастики отримали значні результати (60%). Отримані результати показують, що частина дітей контрольної групи перебуває на низькому рівні розвитку емоційної сфери і їм дуже важко впоратись із завданнями.

Аналіз результатів дослідження за «Методикою розпізнавання емоцій» показав, що діти з експериментальної групи мають низький рівень 29%, середній – 30%, та високий рівень здібностей розпізнавання різних видів простих та складних емоцій – 41%. Діти найчастіше виявляли ситуацію № 1 («Гномики та ведмедики»), а діти контрольної групи – низький рівень 31%, середній – 40% та високий рівень здібностей розпізнавання різних видів простих та складних емоцій – 29%. Це говорить про те, що діти, які відвідують заняття з психогімнастки з легкістю та самостійно визначають емоції у життєвих ситуаціях, а іншим дітям не вдається розпізнати емоції та емоційні стани у різних життєвих ситуаціях, тільки за допомогою дорослих. Перевірка здібностей розпізнавання різних видів простих та складних емоцій вдалося, діти найчастіше виявляли ситуацію №1; у ситуації № 2 деякі діти змогли навіть вигадати, чому Чебурашка може зустріти Гену не веселим, а сумним; а в ситуації № 3 діти не змогли назвати почуття, яке ворона відчуває. Узагальнені результати представлені на рис. 3 «Контрольний зріз за методикою вивчення розуміння емоційних станів людей, зображених на картинці» (Е. Ізотова)».

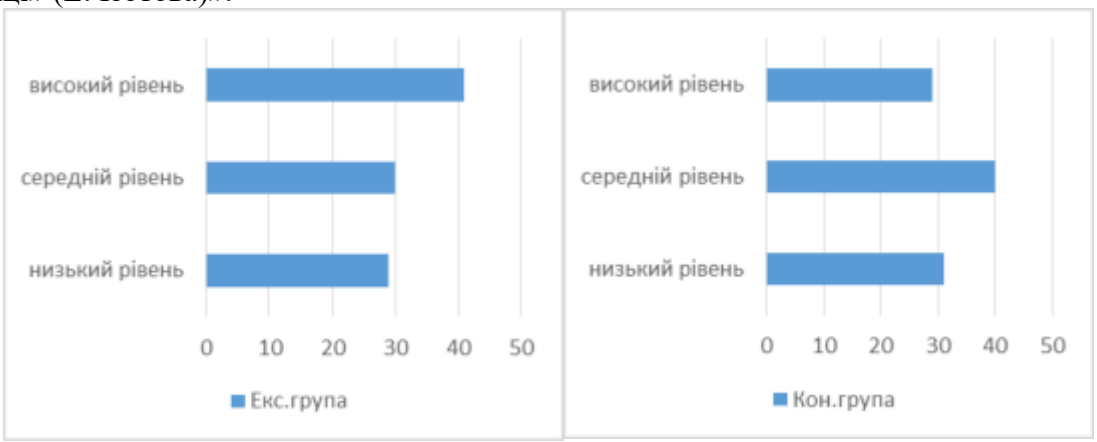


Рис. 3. Контрольний зріз за методикою вивчення розуміння емоційних станів людей, зображених на картинці» (Е. Ізотова)

Таким чином, діти експериментальної групи мають високі показники, ніж у контрольній групі. Це свідчить про здатність дітей експериментальної групи більше визначати емоційних станів у різних ситуаціях (мають високий рівень здібностей розпізнавання різних видів простих та складних емоцій), ніж діти контрольної групи, які мають недостатній рівень здібностей розпізнавання різних видів емоцій та станів.

За результатами анкетування батьків «Ознаки психічного напруження та невротичних тенденцій у дітей дошкільного віку» було виявлено ступені напруження дітей дошкільного віку з синдромом Дауна.

Результати дослідження показали, що діти експериментальної групи мають низький ступінь тривожності: низький – 33%, середній – 67%, та високий ступень тривожності – 0% (жодної дитини), а діти контрольної групи: низький ступінь тривожності – 25%, середній – 50%, та високий ступінь тривожності – 25%. Узагальнені результати представлені на рис. 4 «Контрольний зріз за анкетуванням «Ознаки психічного напруження та невротичних тенденцій у дітей дошкільного віку».

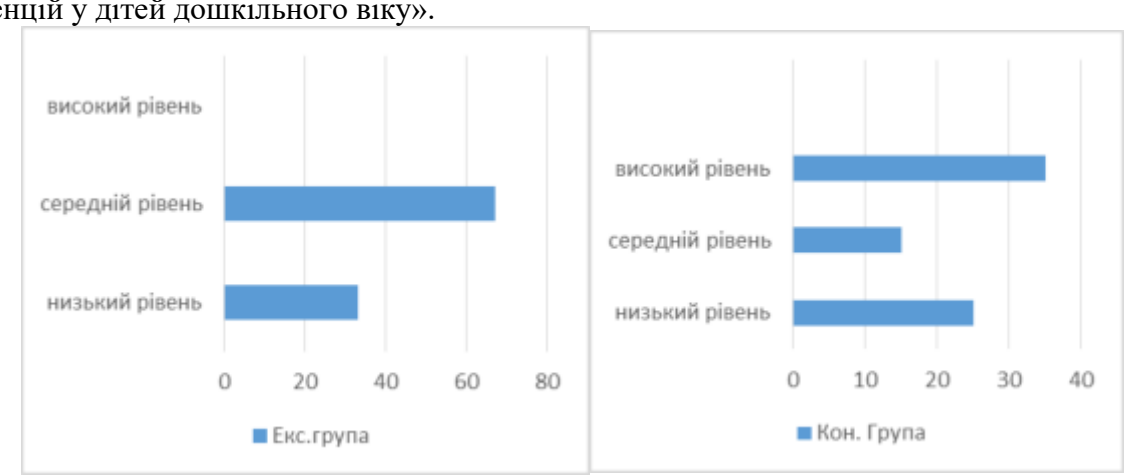


Рис. 4. Контрольний зріз за анкетуванням «Ознаки психічного напруження та невротичних тенденцій у дітей дошкільного віку»

Таким чином, анкетування батьків показало, що у дітей експериментальної групи загальний рівень тривожності нижче за контрольну групу дітей. Це свідчить про ефективність відвідування дітьми із синдромом Дауна корекційно-розвиткових занять з психогімнастики. Після цих занять діти стали більш розкутими, відкритими та мають більше позитивних емоцій.

У дітей контрольної групи більше виражені агресивні прояви у поведінці (гнів), страх (як в індивідуальній поведінці, так і у спілкуванні) та зниження фону настрою. Ці результати вказують на необхідність проведення корекційно-розвиткової роботи з дітьми, а саме занять з психогімнастики по програмі.

Результати формувального етапу дослідження свідчать про ефективність групової роботи в процесі формування здатності до саморегуляції дітей дошкільного віку з синдромом Дауна. На початку формувального етапу дослідження більшість дітей дошкільного віку перебували на низькому та середньому рівнях. До середнього рівня віднесено до експериментальної групи – 60 %, у контрольній – 30%. У той же час до низького рівня до експериментальної групи належать 40%, а до контрольної групи –70%.

Контрольний зріз показав, що після впровадження програми з психогімнастики в експериментальній групі підвищився рівень емоційної сфери відповідно на 20% та кількість

піддослідних з низьким рівнем зменшилась на 30%, Узагальнені результати представлені у табл. 1.

Таблиця 1

Контрольний зріз показав після впровадження програми з психогімнастики

Експериментальна група	**Контрольна група**
після впровадженні програми з психогімнастики	
До: низький рівень – 40% середній рівень – 60%	До: низький рівень – 70% середній рівень – 30%
Після: низький рівень – 20% середній рівень – 30% високий рівень – 50%	

Отже, порівняння результатів в експериментальній та контрольній групах на цих етапів експерименту показує розбіжність результатів цих груп на вищеназваних етапах: на етапі констатувального експерименту розбіжність незначна: високий та середній рівні розуміння емоцій іншої людини виявлено – результати однакові, а низький рівень – на 20%. На етапі контрольного експерименту розбіжність у результатах збільшилася: високий – на 70%, середній – 20%, низький – на 10%. Показники, отримані в результаті обробки, свідчать про позитивну зміну рівня розвитку емоційної сфери, що дозволяє стверджувати про ефективність запропонованої програми.

Тому, проведене дослідження доводить, що на рівні сформованості регуляції емоційних станів у дітей дошкільного віку з синдромом Дауна впливають такі чинники: стан здоров'я, потенційні можливості дітей (інтереси, потреби, уміння підпорядковувати власні інтереси); найближче середовище, у якому виховується дитина.

Муравйова О.Б.,
студентка спеціальності «Психологія»
Національного університету «Запорізька політехніка»;
Бородулькіна Т.О.,
кандидат психологічних наук, доцент,
доцент кафедри соціальної роботи та психології
Національного університету «Запорізька політехніка»
Україна, м. Запоріжжя

КОПІНГ-СТРАТЕГІЇ СТУДЕНТІВ ПІД ЧАС ВІЙНИ (ДО ПОСТАНОВКИ ПРОБЛЕМИ)

В умовах війни тема стресу та його подолання є надто важливою. Сучасна реальність переповнена жахливими новинами та негативними переживаннями. Люди постійно живуть у небезпеці, стресі та тотальній невизначеності, з думками про те, що з ними в будь-яку мить може щось трапитися. Кожну годину та хвилину цивільне населення України перебуває під реальною загрозою життю та здоров'ю, що негативно впливає на його психічний стан та життєдіяльність. Заклади вищої освіти України зусиллями викладачів і під час війни продовжують освітній процес. Українське студентство здобуває фахову освіту у стресових та часто небезпечних умовах: вимушений переїзд в іншу частину України або за кордон, перебування на окупованій території, перебування у зоні активних бойових дій або на прифронтових територіях та ін. Звичайно, щоб витримати тривале навантаження та подолати стрес, необхідні певні внутрішні та зовнішні ресурси, певні свідомі зусилля та дії, що допоможуть пережити важкі часи та труднощі. В психології такі дії та вміння долати будь-які стресові ситуації називають копінгом (від англ. «соре» – перебороти, впоратися, «подолати») [3; 4].

Аналіз теоретичних розробок з проблеми копінгу показує, що його почали досліджувати у ХХ ст. зарубіжні психологи. Авторами теорії копінгу вважають Р. Лазаруса та С. Фолкмана. Деякі вчені вважають, що передумовами виникнення та розвитку копінг-поведінки та копінг-стратегій є стресостійкість та емоційна стійкість, яка виступає одним з основних чинників адаптації людини до стресових ситуацій.

Існує багато підходів до визначення копінгу. Найчастіше під копінгом розуміють: «когнітивні, емоційні та поведінкові зусилля, спрямовані на подолання труднощів у процесі взаємодії людини з довкіллям» [4]; «дії, до яких люди вдаються, потрапивши у скрутне становище» [3]; «актуальні відповіді особистості на складну ситуацію, яка відбувається в її житті» [2] та ін. Як зазначають Л. М. Карамушка та Ю.С. Снігур, під копінг-поведінкою мається на увазі саме психологічне подолання стресів, на відміну від фізіологічного, медичного та ін. [4].

Науковці по-різному класифікують копінг-стратегії, керуючись різними теоретичними підходами до долаючої стрес поведінки. На думку О.А. Чеканської та Ю.П. Данчук, «поведінкові копінг-стратегії поділяються на активні й пасивні, адаптивні й дезадаптивні» [8, с. 64]. До активних копінг-стратегій вчені відносять стратегію «вирішення проблеми» та стратегію «пошук соціальної підтримки»; до пасивних – переважно відноситься стратегія «уникання» [8, с. 64]. За О. Кривопишиною, активний копінг – це цілеспрямована зміна стресової ситуації або її ліквідація, тоді як пасивна копінг-поведінка передбачає внутрішні способи подолання стресу, які використовують різні механізми для психологічного захисту та спрямовані на пом'якшення емоційної напруги [5, с. 159].

Копінг-стратегії можуть бути ефективними та неефективними, спрямованими на вирішення проблем та на уникання цього вирішення. Як зазначає О.Ю. Похлєстова, «ефективний копінг сприяє продуктивності життєдіяльності суб'єкта, підвищує рівень психологічного здоров'я» [7]. На думку К.М. Березяк, «стратегії, спрямовані на вирішення проблем, загалом є ефективнішими, ніж стратегії, призначення яких – упоратись зі ставленням індивіда до проблеми»; «застосування відразу декількох способів подолання кризи ефективніше, ніж вибір лише одного конкретного шляху реагування на ситуацію» [1, с. 9].

Результати досліджень копінг-стратегій молоді та студентства є достатньо різноманітними та часто протилежними, що можна пояснити в тому числі різними теоретичними підходами науковців, а також різним психодіагностичним інструментарієм. Нами проаналізовано деякі емпіричні дослідження копінг-стратегій молоді, проведених до активної фази війни в Україні. Так, О.Ю. Похлєстова виявила, що домінуючою копінг-стратегією серед молоді є пасивна реакція – ізоляція, що передбачає «ховатися» від проблеми, а не активно її вирішувати [7]. Схожі результати отримані в дисертаційному дослідженні Ма

Фу: визначено що «в юнацькій вибірці досліджувані серед способів подолання віддають перевагу стратегії «Втеча-уникнення» [6].

Війна в Україні кардинально змінила життя кожного українця. Яким чином вплинула війна на копінг-поведінку молоді, студентства – основної рушійної сили розвитку нашого суспільства? Пошуку відповідей на це запитання буде присвячено наше емпіричне дослідження копінг-стратегій студентів під час війни.

Список використаної літератури

1. Березяк К. М. Життєва криза особистості та шляхи її подолання. *Особистість в екстремальних умовах : матеріали VIII Всеукраїнської науково-практичної конференції*, 12 травня 2017 р., м. Львів. Львів : ФОП Корпан Б. І., 2017. С. 7–9.

2. Бушуєва Т.В., Отич Д.Д. Змістові особливості я-концепції як копінг-ресурсу стратегій копінг-поведінки студентів-психологів. *Науковий часопис НПУ імені М. П. Драгоманова. Серія 12 : Психологічні науки.* 2012. Вип 37. С. 312–317. URL: http://nbuv.gov.ua/ UJRN/Nchnpu_012_2012_37_85

3. Грабовська С., Єсип М. Проблема копінгу в сучасних психологічних дослідженнях. *Соціогуманітарні проблеми людини*. 2010. № 4. С. 188–199. URL: http://dspace.nbuv. gov.ua/handle/123456789/27423

4. Карамушка Л. М., Снігур Ю.С. Копінг-стратегії: сутність, підходи до класифікації, значення для психологічного здоров'я особистості та організації. *Актуальні проблеми психології*. 2020. Том І. Випуск 55. С. 23–30.

5. Кривопишина О. Психологічні особливості розвитку копінг-поведінки майбутніх фахівців з діяльності в особливих умовах. *Авіаційна та екстремальна психологія у контексті технологічних досягнень: збірник наукових праць* / за заг. ред. Л.В. Помиткіної, Т.В. Вашеки, О.М. Ічанської. К. : ТОВ «Альфа-ПІК», 2019. С. 157–163.

6. Ма Фу. Копінг-поведінка як процес набуття особистісного досвіду у соціумних взаємовідносинах : дис. ... докт.філос. : 053 Психологія. 2021. Одеса, 285 с.

7. Похлєстова, О. Ю. Копінг як функція стресостійкості особистості. *Актуальні проблеми психології в закладах освіти*. 2019. 9, 291–299. https://doi.org/10.31812/psychology.v9i0.3762

8. Чеканська О.А., Ю.П. Данчук. *Теорія і практика сучасної психології*. 2019. № 4, Т. 1. С. 63–67. DOI https://doi.org/10.32840/2663-6026.2019.4-1.12

Новотарський М.Є.,
магістрант спеціальності «Психологія»
Національного університету «Запорізька політехніка»;
Кузьмін В.В.,
кандидат соціологічних наук, доцент,
в.о. завідувача кафедри соціальної роботи та психології,
вчений секретар
Національного університету «Запорізька політехніка»
Україна, м. Запоріжжя

СПЕЦИФІКА ФОРМУВАННЯ КАР'ЄРНОЇ СТРАТЕГІЇ ОСОБИСТОСТІ У ПСИХОЛОГІЧНОМУ ДИСКУРСІ

Сьогодення відкриває нам можливості розвитку в будь-якій сфері та галузі. Однак ми повинні розуміти, що розвиток – це не тільки матеріальне підкріплення, а й розширення моделі

компетенцій та професійних навичок, які можемо застосовувати в розвитку кар‘єрної стратегії. І так само, зумовлений вертикальним кар‘єрним зростанням в обраній сфері.

Так як же побудувати стратегію вертикальної кар‘єри? І що для цього потрібно?

1. Розуміння сфери діяльності та бізнес-процесів з погляду на психологію
2. Інтеграція кар‘єрної стратегії в особистість
3. Формування мети в обраній сфері/галузі за критеріями технології SMART або SPIRO
4. Планування реалізації у відповідності до мети/ план реалізації
5. Оцінка наявних компетенцій, а також тих, які потребують активації
6. Побудова індивідуального плану розвитку (ІПР): ресурси, дії, навчальний план та точки контролю, реалізації ІПР.
7. Пошук наставника у сфері діяльності/вивчення досвіду успішного досягнення схожих кар’єрних цілей у інших експертів
8. Отримання зворотного зв´язку від експертів (наставників)
9. Оцінка результатів

М.Д. Виноградський зазначає, що кар'єрна стратегія – це мистецтво послаблення або усунення дії гальмуючих факторів для досягнення поетапних цілей соціального або посадового статусу людини у стратегічному періоді. Також, слід зазначити, що головною метою кар‘єрної стратегї є забезпечення стійкості кар‘єрного процесу, застосовуючи такі принципи: безперервності; осмислення; швидкості; маневреності; економічності; примітності [1].

Е.Ю. Шевченко зазначає, що довгострокове планування кар'єри тотожне поняттю «стратегія кар'єри», а при розгляді короткострокової перспективи іноді використовують поняття «тактика кар'єри».

Розглядаючи детально, кар‘єру можна розділити на внутрішньоорганізаційну й професійну. В свою чергу, внутрішньоорганізаційна кар'єра полягає в послідовній зміні положення працівника в рамках однієї організації. Оцінкою цього процесу й вичерпується традиційне розуміння кар'єри.

В той час, як професійна кар'єра полягає в проходженні працівником у процесі своєї трудової діяльності різних стадій розвитку. Серед них можна виділити: навчання; прийняття на роботу; початкове практичне формування професійних здібностей; професійне зростання; передавання професійних знань(наставництво); концентрація у сфері експертності та поетапне завершення кар‘єри у разі закінчення професійної діяльності.

Вищенаведені стадії можуть бути пройдені різним чином:

− в одній організації;

− послідовно в різних організаціях;

− у ході паралельної трудової діяльності в декількох організаціях одночасно;

− за допомогою здійснення самостійної трудової діяльності (у тому числі підприємницької) [2].

Також Е.Ю. Шевченко зазначає, головне завдання стратегії кар‘єри — забезпечення взаємодії професійної й внутрішньоорганізаційної кар'єри. Дана взаємодія припускає: досягнення взаємозв'язку цілей організації й окремого співробітника; забезпечення індивідуальної розробки стратегії кар'єри співробітників з метою урахування їхніх специфічних потреб, мотивів та цілей; усунення «кар'єрних перепонів», що створюють бар'єри на шляху подальшого просування співробітників; підвищення якості процесу планування кар'єри; формування чітких критеріїв службового зростання, що застосовуються для прийняття конкретних кар'єрних рішень та стратегій; вивчення кар'єрного потенціалу співробітників з метою його обґрунтованої оцінки та усунення нереалістичних очікувань; визначення шляхів посадового зростання, використання яких дозволить задовольнити перспективні потреби в персоналі [2].

В кар'єрній стратегії виділять п'ять основних векторів:

1) фінансовий;
2) посадовий;
3) статусний;
4) професійний;
5) стабільний.

Кожен із зазначених векторів можна розглядати з психологічної точки зори формування мотивів для їх розвитку. Із цього слідує наступне, що стратегія і ефективність кар'єри напряму залежить від потреб і мотивації людини, тому дане питання слід розглядати в комплексі з теоріями А. Маслоу і Ф. Гецберга.

Ф. Герцберг в своїй теорії двох факторів, яка була розроблена в 50-х роках, виявляє два види факторів праці: гігієнічні та мотивуючі [3].

Теорія двох факторів Ф. Герцберга – подана в таблиці 1.

Таблиця 1

Теорія двох факторів Ф. Герцберга

Фактори умов праці (гігієнічні)	Мотивуючі фактори
Політика фірми	Успіх
Умови праці	Просування по службі
Заробітна плата	Визнання і схвалення результатів роботи
Міжособистісні взаємостосунки	Висока ступінь відповідальності
Ступінь прямого контролю за роботою	Можливості творчого і ділового зростання

Теорія А. Маслоу найвідоміша з теорій мотивації. Вона дає можливість з'ясувати як ті, чи інші потреби можуть впливати на мотивацію людини та її діяльність.

Теорія потреб А. Маслоу базується на біхевіористичній доктрині – вивченні поведінки людей, абстрагуючись від вивчення свідомості, мислення. Теорія ґрунтується на таких позиціях:

1) люди постійно відчувають різні потреби;
2) люди відчувають певний набір потреб, які можна об'єднати в групи;
3) групи потреб знаходяться в ієрархічній залежності одна від одної;
4) потреби, якщо вони не задоволені, примушують людину діяти;
5) якщо потреба задовольняється то її місце займає інша;
6) потреби в основі піраміди вимагають першочергового задоволення;
7) потреби більш високого рівня починають активно діяти тільки після задоволення потреб низового рівня;
8) потреби вищого рівня можуть бути задоволені більшою кількістю способів ніж низового

Відповідно з теорією А. Маслоу існує п'ять груп потреб:

1) фізіологічні (їжа, вода, одяг, повітря, тепло, секс тощо);
2) безпеки і захищеності (захист від фізичної і психологічної небезпеки);
3) соціальні (відчуття причетності до певних соціальних груп: сім'я, школа, трудовий колектив);
4) поваги та визнання (повага з боку оточення – керівників, підлеглих, самоповага);
5) самовираження (реалізація власних можливостей).

Розглянемо піраміду потреб за А. Маслоу, яку подаємо Рис.1.

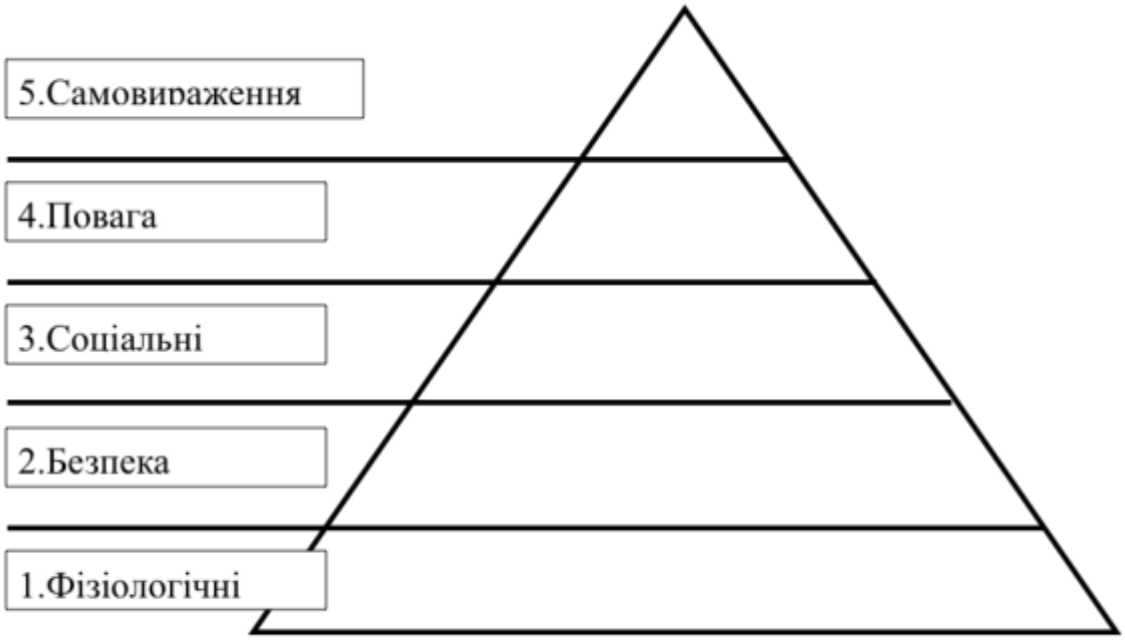


Рис. 1. Піраміда потреб за А. Маслоу

Згідно з теорією А. Маслоу перші дві групи потреб є первинними (вимагають першочергового задоволення), три інші – вторинними.

Людина передусім задовольнятиме перші дві групи потреб, що слід брати до уваги в менеджменті. На формування потреб значною мірою впливають національні особливості, рівень культури, освіти, праве забезпечення рівності при задоволенні потреб підлеглих із вигодою для організації [3].

Підсумовуючи вищенаведене, можна сказати, що специфіка формування кар'єрної стратегії особистості у психологічному дискурсі можна розглядати з різних сторін, зокрема з позиції теорій мотивацій та психології управління персоналу.

Список використаних джерел

1. Виноградський М.Д., Виноградська А.М., Шканова О.М. Управління персоналом. 2-ге видання : навч. посіб. Київ : Центр учбової літератури, 2009. 502 с.

2. Кузьмін В.В. Теоретико-методологічні основи формування кар'єрної стратегії особистості у сучасному науковому дискурсі. *Психологічні основи розвитку особистості* : монографія / за заг. ред. В. Й. Бочелюка, за ред. М. А. Дергач, Н.В. Волошиної. Запоріжжя : Просвіта, 2018. С. 190–220.

3. Ходаківський Є.І. Психологія управління : підручник. 3-тє вид. перероб. та доп. Київ : Центр учбової літератури, 2011. 664 с.

Серга Т.О.,
кандидат соціологічних наук, доцент,
доцент кафедри соціальної роботи та психології
Національного університету «Запорізька політехніка»;
Лапенко Я.Ю.,
магістрантка спеціальності «Психологія»
Національного університету «Запорізька політехніка»

Україна, м. Запоріжжя

ОСОБЛИВОСТІ ЕМОЦІЙНО-ВОЛЬОВОЇ СФЕРИ ДІТЕЙ ІЗ ЗАТРИМКОЮ ПСИХІЧНОГО РОЗВИТКУ ТА ЇХ ПСИХОЛОГО-ПЕДАГОГІЧНА КОРЕКЦІЯ

Враховуючи різноманітні негативні фактори, що впливають на здоров'я сучасного українського населення, число дітей з особливими освітніми потребами неухильно зростає. Значну частину серед цих дітей займають діти із затримкою психічного розвитку (ЗПР). Однією з особливостей дітей з затримкою психічного розвитку є порушення емоційно-вольової сфери. Тому основне завдання психологічної служби навчити таких дітей керувати власними емоціями та правильно розпізнавати їх.

Затримка психічного розвитку особливо сильно впливає на здатність дитини керувати своїми діями, почуттями, енергією, волею. До особливостей емоційно-вольової сфери таких дітей належать:

– постійні різкі перепади настрою;
– швидко потрапляє під вплив інших;
– часті прояви агресії, спалахи гніву;
– підвищена тривожність, страх, низька самооцінка, небажання що-небудь зробити;
– нездатність до самостійних дій;
– невпевненість у собі, у власних силах, унаслідок чого діти потребують постійного визнання, похвали, високої оцінки;
– гіперактивність;
– нерідко здійснює вчинки, перебуваючи в сильному збудженні, в стані афекту.

Такі поведінкові особливості дітей, які відчувають страх, тривогу через отримання або очікування негативної оцінки, осуду. Таку дитину можна охарактеризувати як боязку, сором'язливу, тиху, невпевнену або знервовану.

В силу того, що дитина з ЗПР погано говорить, насилу розрізняє емоції, вона не може висловити власні переживання, наприклад, вчасно сказати, що вона втомилася або засмучена, їй нудно. Також вона не в змозі ідентифікувати емоції у інших людей.

Значній частині дітей із ЗПР притаманний дефіцит соціальних здібностей, що виявляється в труднощах взаємодії з оточуючими дітьми і дорослими. У ряді випадків вказаний дефіцит пов'язаний з проблемами емоційної регуляції. У зв'язку з цим розвиток емоційно-особистісної сфери та корекція її недоліків включає:

– гармонізацію афективної сфери дитини;
– профілактику та усунення (пом'якшення) можливих агресивних і негативних проявів, інших відхилень у поведінці;
– попередження і подолання негативних рис особистості і формування характеру;
– розвиток і тренування механізмів, що забезпечують адаптацію дитини до нових соціальних умов (у тому числі зняття тривожності, страхів і т.п.);
– створення умов для розвитку самосвідомості та формування адекватної самооцінки; розвиток соціальних емоцій;
– розвиток комунікативних здібностей (у тому числі стимуляція комунікативної активності, створення умов, що забезпечують формування повноцінних емоційних і ділових контактів з однолітками і дорослими) [2].

Робота з розширення та впорядкування емоційного досвіду дітей включає допомогу в засвоєнні дитиною уявлень про невербальні засоби вираження емоцій; у формуванні розуміння змісту і значення різних форм поведінки людей в емоційно значущих ситуаціях; у перевірці й оцінці дитиною власної поведінки на підставі отриманих знань і навичок.

Велику роль у даній роботі відіграють індивідуальні та групові заняття з дітьми театралізованою діяльністю, застосування методик і технік ігрової терапії та казкотерапії. У процесі такої роботи діти вчяться розуміти зміст і прогнозувати наслідки власної емоційної поведінки. Вони усвідомлюють значення емоційної атмосфери добра, радості, співробітництва для поліпшення і власного самопочуття, і відносин з однолітками.

Робота практичного психолога з дітьми із ЗПР з формування впевненості в собі і зниження тривожності полягає в сприянні формуванню оптимістичного мислення та світовідчуття, позитивної установки на майбутню діяльність, уміння звільнятися від страхів, переключатися з неприємних вражень, а також зміцнення поваги до себе, віри в свої здібності і можливості.

Дитина із ЗПР має ряд специфічних рис, що ускладнюють процес її спілкування з однолітками і дорослими, що, в свою чергу, негативно позначається на подальшому розвитку її емоційно-особистісної сфери. У зв'язку з цим діяльність практичного психолога спрямовується на виховання у дітей інтересу до оточуючих людей; розвиток контактності та вміння вчитися з помилок невдалого досвіду спілкування; формування навичок довільної регуляції свого емоційного стану та уникнення конфліктів.

Також важливе значення має формування довільної регуляції діяльності і поведінки дітей із ЗПР. Недостатня сформованість усвідомленої саморегуляції діяльності є гальмуючим фактором когнітивного й особистісного розвитку дитини, а також однією з основних причин, що породжують труднощі в навчально-пізнавальній діяльності [3].

Робота практичного психолога з формування усвідомленої саморегуляції пізнавальної діяльності у дітей із ЗПР ведеться в декількох напрямках, пов'язаних з формуванням певного комплексу умінь: ставити та утримувати мету діяльності; планувати дії; визначати і зберігати спосіб дій; використовувати самоконтроль на всіх етапах діяльності; коментувати процес та результати діяльності; оцінювати процес і результат діяльності.

Тому, працюючи з такими дітьми, необхідно велику увагу приділяти грі – постійній і незмінній супутниці дитинства. Виховне значення гри, її різнобічний вплив на розвиток дитини важко переоцінити. Гра органічна для дитячого віку, й за умови вмілого керівництва з боку дорослих здатна творити дива. Гра допомагає створювати дружний дитячий колектив, приєднувати до активної діяльності замкнутих дітей.

Добираючи ігри, необхідно продумувати ігрову ситуацію, обов'язково поєднувати два елементи – пізнавальний та ігровий. Коли визначається певне завдання – надавати йому ігрового характеру. Завдяки успішному втіленню ігрового задуму виникає інтерес до гри. А коли з'являється зацікавленість, виникає й активність, і творчі думки. Кожна дитина у процесі дидактичної гри намагається показати групі свої вміння та знання [1].

Значна частина дітей із затримкою психічного розвитку, отримавши своєчасну корекційну допомогу, засвоює програмний матеріал і «вирівнюється» по закінченні початкової школи. Водночас, чимало дітей і в наступні роки навчання потребують особливих умов організації педагогічного процесу через значні труднощі у засвоєнні навчального матеріалу.

Тільки за належного дотримання таких підходів до процесу реабілітації даної категорії дітей можливо добитися відновлення всіх сфер психічної діяльності, включаючи і емоційно-вольову, що і забезпечує повноцінну інтеграцію і функціонування дітей із затримкою психічного розвитку в соціумі.

Список використаних джерел

1. Войтко В. Психолого-педагогічний супровід дітей з затримкою психічного розвитку : навчально-методичний посібник. Кропивницький, 2017. 48 с.

2. Кондратенко Л. Діти з затримкою психічного розвитку: характеристика, особливості психологічного супроводу. Суми, 2015. 54 с.
3. Крупник Г. А. Особливості психологічного супроводу адаптації першокласників до навчального процесу. *Таврійський вісник освіти.* 2014. № 2 (46). С. 251–257.

Серга Т.О.,
кандидат соціологічних наук, доцент,
доцент кафедри соціальної роботи та психології
Національного університету «Запорізька політехніка»;
Лубенець Ю.М.,
магістрантка спеціальності «Психологія»
Національного університету «Запорізька політехніка»
Україна, м. Запоріжжя

ТРИВОЖНІСТЬ ЯК ПСИХОЛОГІЧНИЙ ФЕНОМЕН РЕАГУВАННЯ ДІТЕЙ МОЛОДШОГО ШКІЛЬНОГО ВІКУ НА СТРЕСОВУ СИТУАЦІЮ В УМОВАХ ПЕРЕБУВАННЯ НА ПРИФРОНТОВИХ ТЕРИТОРІЯХ

Сучасна реальність є невичерпним джерелом травмуючих ситуацій, під якими розуміють такі екстремальні критичні події, ситуації загрози, які негативно впливають на соціально-психологічний розвиток дітей. Вони можуть брати форми незвичайних обставин чи якихось подій, які піддають дітей інтенсивному, екстремальному впливу, несуть загрозу для їх повноцінного фізичного та психологічного розвитку.

Одним із завдань сучасного суспільства є збереження психологічного здоров'я дитини, що є на даний момент дуже актуальною проблемою. Діти, які переживають критичні та нестандартні події піддаються емоційним тривожним станам та потребують негайної допомоги.

В умовах перебування на прифронтових територіях діти є найвразливішою групою. У межах небезпечного середовища, коли їм загрожують негативні наслідки збройних конфліктів, у дітей розвивається високий рівень тривожності. На цьому фоні виникають: бурхливі реакції, замикання в собі, страх, переживання, агресія та інше. Діти переживають різні відчуття та нестійкі емоції, не можуть з ними впоратись самостійно. Відчуття тривоги не дає психіці дитині нормально функціонувати. Виникає загроза нормальному психологічному та фізичному розвитку.

Тривожність у дітей молодшого шкільного віку, будучи індивідуально-психологічною особливістю, виражається в схильності до хвилювання в різноманітних ситуаціях і є стійким станом.

У сучасній психологічній науці тривожність диференціюється на два наступних види: особистісна і ситуативна. Особистісна – це готовність людини до переживання страху і хвилювання з приводу широкого кола негативних явищ. Цей вид формується і закріплюється в ранньому дитинстві. Ситуативна тривожність – це показник інтенсивності переживань, які виникають по відношенню до подій.

Тривожність також розділяють на відкриту та закриту. Перша категорія характеризується свідомим переживанням і проявляється в поведінці людини станом тривоги. Друга категорія характеризується відсутністю усвідомлення. Вона може проявлятись спокоєм, причому надмірним, запереченням наявного неблагополуччя. Крім того, вона може проявлятися через специфічні способи поведінки.

Тривожність як психічна властивість має виражену вікову специфіку, яка виявляється в її змісті, джерелах, формах прояву і компенсації. У відповідності до онтогенетичних закономірностей психічного розвитку можна виділити специфічні причини тривожності на етапі молодшого шкільного віку. У молодших школярів тривожність є результатом фрустрації потреби в захисті з боку найближчого оточення.

Дитина, для якої властивий високий рівень тривоги, відрізняється частими проявами неспокою, великої кількості страхів у ситуації коли їй навіть нічого не загрожує. Вона знаходиться у стабільному стані очікування та готовності до виникнення небезпеки, суб'єктивному переживанні необхідності її долати.

Систематичне переживання емоцій страху, тривоги та розвиток особистісної тривожності можуть привести до стійких психоемоційних розладів, виникнення комплексів, поведінкових розладів, комунікативних проблем, загальної дезадаптації та порушень особистісного розвитку.

Тривожність в молодшому шкільному віці проявляється поведінковими особливостями: замкненість, усамітнення, плаксивість, роздратування, розлади сну, агресивність, загальмованість, уникання соціальних контактів, відчуття провини тощо.

Особливо важко бути в такому стані, якщо у дитини в молодшому шкільному віці недостатньо розвинені компенсаторні механізми психіки, невміння розвантажуватись, знаходити ефективні способи подолання внутрішнього дискомфорту.

Своєчасне, системне та якісне надання психологічної допомоги тривожній дитині забезпечить відновлення її психологічного благополуччя, можливість повноцінного життя. Це вимагає з'ясування природи тривожності, чинників її виникнення, адекватного діагностування, ефективної корекції та профілактики.

Таким чином, можна дійти висновку, що знання психологом причин виникнення тривожності та її ознак, призводить до своєчасного проведення корекційної роботи, зниженню тривожності та формування адекватної поведінки у дітей молодшого шкільного віку.

СЕКЦІЯ 4
ПОЛІТИЧНА ПСИХОЛОГІЯ

Василькова А.О.,
студентка спеціальності «Психологія»
Національного університету «Запорізька політехніка»;
Віхляєва Я.Є.,
старший викладач кафедри соціальної роботи та психології
Національного університету «Запорізька політехніка»
Україна, м. Запоріжжя

ПРОПАГАНДА ЯК ТЕХНОЛОГІЯ ПОЛІТИЧНОГО МАНІПУЛЮВАННЯ

Напевне, останнім часом ми часто чули в медіа та в розмовах слово «пропаганда». Воно увійшло в активний словник громадян України з початком Революції гідності 2014 року. Але пропаганда – це не винахід сучасного інформаційного світу, а давній інструмент впливу на громадську думку.

Виникнення терміну пов'язують із буллою (посланням) Папи Римського від 22 червня 1622 року, яка мала назву Congregatio de Propaganda Fide. У ній ішлося про створення організації для координації місіонерської діяльності, тобто для поширення віри. Цікаво, що в цій буллі мова була, зокрема, про недопущення використання цієї діяльності в політичних цілях. За іронією долі, з часом пропаганда стала невід'ємною складовою саме політики.

Успіх політичного діяча, партії на виборах значною мірою залежить від ефективності сформованого іміджу, від сприйняття його цільовими аудиторіями, від популярності носія іміджу. Інакше кажучи, особливого значення набуває формування претендентами на владу необхідної їм громадської думки. Багатоступеневий процес формування іміджу різних політичних акторів включає кілька етапів. У тому числі впровадження та просування сформованого образу суб'єкта політики у масову свідомість за допомогою багаторазово апробованих у вітчизняній та зарубіжній політичній практиці методів (технологій). Одним із таких методів є маніпулювання суспільною свідомістю. Іноді способи впливу на масову свідомість виявляються неправомірними і можуть становити небезпеку для цільових аудиторій. У цьому зв'язку аналіз та розуміння існуючих на сьогоднішній день методів та засобів маніпулювання масовою свідомістю представляє особливий інтерес.

Прийоми маніпулювання особливо яскраво проявляються у політичній пропаганді.

На наш погляд, під політичною пропагандою доцільно розуміти політично мотивований інформаційно-психологічний вплив на емоційно-вольову сферу масової свідомості, за допомогою якої впроваджуються політичні ідеї, погляди, настанови і формується політична поведінка.

Основною психологічною метою пропаганди є вплив на систему ідейних, суспільних та політичних установок людей, яку можна змінити шляхом формування нових установок або через посилення (послаблення) вже існуючих.

Проблему політичної пропаганди і маніпуляції та їх впливу на свідомість мас широко вивчали за всіх часів. Серед науковців та дослідників були Аліке, Д. Марк, А. Девід, Крюгер, Даннінг, О. В. Бондарчук, Л. Войтасік, Н. М. Єфтєні, Р. Чалдіні, С. І. Рєпко, В. Сороченко, А. Цуладзе та інші.

Мета дослідження полягає в теоретичному дослідженні особливостей використання пропаганди як технології політичного маніпулювання. Об'єкт дослідження – пропаганда як політико-психологічний феномен.

Предмет дослідження – особливості використання пропаганди в якості технології політичного маніпулювання.

Маніпулятивні технології, як правило, реалізуються за допомогою засобів масових комунікацій і, насамперед, засобів масової інформації. ЗМІ «відбирають більшу частину інформації та дезінформації, якими користується аудиторія з метою оцінки соціально-політичної дійсності. Ставлення до проблем і явищ, навіть сам підхід, що вважати проблемою чи явищем, багато в чому визначено тими, хто контролює комунікації».

Дослідниками виявлено конкретні прийоми маніпуляції, які використовуються у повсякденній політичній практиці.

• Створення сприятливих установок для успішного просування політичного лідера, партії, програми. Сюди входить спеціальний підбір проблем і тем, що висвітлюються у ЗМІ, що створює особливий стан свідомості та очікування, після чого вводиться необхідна тема, яка викликає бажану реакцію громадян.

• Перетворення інформаційного потоку, яке може здійснюватися різними способами:

– спотворенням інформації, як у формі брехні, так і у легшій формі часткового спотворення;

– використання спеціально підібраних фактів, але без урахування інших, які могли б спростувати точку зору, що висувається;

– «підтасовування фактів», при цьому кожен із таких фактів може бути вірним, але в поєднанні вони дають спотворене уявлення про політичну дійсність;

- Замовчування.

• Переведення частини політичної інформації до категорії секретної. Передбачає приховування важливих фрагментів інформації і далі, за допомогою навмисних витоків, підвищення її статусу та впливу на громадян як особливо правдивої та суттєвої.

• Створення інформаційного шуму.

Ця технологія перешкоджає чесному і критичному сприйняттю важливої політичної інформації, оскільки вона стає непомітною в багатьох порожніх повідомленнях і не сприймається належним чином. Часто за допомогою інформаційного шуму перешкоджають свідомому сприйняттю громадян біографічної та політичної інформації, обійти яку неможливо, але яку необхідно прибрати з аналізу під час ухвалення політичного рішення.

• Технології маніпуляції з використанням підсвідомих та підпорогових інформаційних стимулів. Ці технології інтенсивно розвиваються з кінця XX ст. У сучасних умовах найбільш популярним психологічним інструментом маніпуляції вважається нейролінгвістичне програмування (NLP). Суть цього інструменту полягає у програмуванні людини як вербальними (лінгвістичними), так і невербальними (міміка, пантоміміка тощо) засобами впливу. Нейролінгвістичне програмування має індивідуальний та масовий програмуючий вплив, стимулюючи певні поведінкові реакції у ситуації досить жорсткого вибору [2, с. 89-90].

Прийоми маніпулювання особливо яскраво проявляються у політичній пропаганді. Термін «пропаганда» (від лат. propaganda – поширення) має багато наукових визначень, з яких як основні можна виділити такі:

1) система діяльності, спрямована на поширення знань, цінностей та іншої інформації з метою формування певних поглядів, уявлень, емоційних станів, впливу на соціальну поведінку людей;

2) поширення в масах ідеології та політики певних класів, партій, держав;

3) засоби маніпуляції масовою свідомістю.

На наш погляд, під політичною пропагандою доцільно розуміти політично мотивовану інформаційно-психологічну дію на емоційно-вольову сферу масової свідомості, за допомогою якої впроваджуються політичні ідеї, погляди, настанови та формується політична поведінка.

Основною психологічною метою пропаганди є вплив на систему ідейних, суспільних та політичних установок людей, яку можна змінити шляхом формування нових установок або через посилення (послаблення) вже існуючих.

Установка – сформована під впливом пропаганди, виховання та досвіду щодо стійку організацію знань, почуттів та мотивів, що викликає відповідне ставлення людини до ідейних, політичних та суспільних явищ навколишньої його дійсності.

Ідеологічні настанови є сукупністю знань та емоційних відносин до ідеології держави, тому вони домінують у свідомості та впливають на всі інші групи установок. Політичні настанови виражають стійкий тип поведінки та ставлення громадян до зовнішньої та внутрішньої політики держави. Соціальні установки виражають ставлення особистості до суспільних норм і стандартів і виявляються у соціальній поведінці цієї людини. Існують й інші настанови (світоглядні, патріотичні), які також формуються під впливом політичної пропаганди та випливають із вищеназваних груп.

Психологічному впливу пропаганди зазнають насамперед емоції.

Залежно від того, які емоції пробуджує пропаганда, розрізняють позитивну та негативну пропаганду. Позитивна пропаганда, виконуючи виховну, інформаційну, роз'яснювальну функції, сприяє погодженню, соціальній гармонії, вихованню людей відповідно до загальноприйнятих цінностей та норм. Вона здійснюється на користь тих, кому адресована, а не обмеженого кола заінтересованих осіб. Позитивна пропаганда не має жорстких маніпулятивних цілей. Негативна пропаганда спрямована на створення ілюзорної, паралельної реальності, вигідної пропагандисту, з перевернутою системою цінностей, переконань, поглядів з метою маніпулювання суспільною свідомістю на користь вузької групи осіб. Вона сприяє розпалюванню соціальної ворожнечі, соціальних конфліктів, загостренню протиріч у суспільстві. Це дозволяє роз'єднувати людей та нав'язувати вигідні пропагандистам переконання та стереотипи.

Таким чином, сучасний політичний процес передбачає активне використання спеціальних засобів досягнення значних політичних цілей. Насамперед до них належать маніпулятивні технології. Політична пропаганда, будучи сильним засобом політичного маніпулювання, грає особливу роль формуванні громадської думки, сприяє зміні поглядів, установок, політичного мислення та поведінки громадян. Політичні маніпуляції можуть мати як негативне, так і позитивне значення для суспільства (наприклад, вплив на маси для підвищення рівня політичної участі, активності тощо). Використання методів політичної пропаганди у процесі формування та впровадження іміджу політичних представників значною мірою підвищує їхні шанси на успіх та суспільне визнання.

Суть усіх методів політичної пропаганди зводиться до впливу на масову свідомість та маніпуляцію політичним сприйняттям. Метою такого впливу є зміна чиєїсь політичної поведінки шляхом зміни його системи образів і стереотипів, що лежать в основі поведінки. Звісно, це лише частина розмаїття методів, упереджень, ефектів та принципів, які склалися та вивилися за весь час існування пропаганди, що показує, що пропаганда ефективно працює і розвивається в геометричній прогресії, ставши невід’ємною частиною нашого життя. Можна бути дуже уважним та впевненим у тому, що вас це не торкнеться, але ми й самі не помічаємо, через необізнаність, скільки цього навкруги.

Підсумовуючи викладене, доходимо висновку, що політичне маніпулювання займає одну з найвагоміших ніш сучасних наукових пошуків багатьох напрямів політологічних досліджень. Нині масова свідомість піддається небаченому маніпулюванню, частково це пояснюється тим, що в сучасному світі великого резонансу набули відкритість та вільність доступу до необмеженої кількості інформації, а частково через розвиток сучасного непевного світу, відсутності можливості сконструювати єдину правду як точку опори, однак збільшення можливостей для альтернативних історій.

Хоча світова спільнота дійшла консенсусу про права сучасної людини, загальноприйняті цінності нового глобального суспільства, саме собою наявність «демократичних механізмів» не забезпечує свободу. Щойно маніпуляція масовою свідомістю перетворилася на панівну технологію — саме поняття демократії стало умовним і може сприйматися як ідеологічний штамп. Політична пропаганда все ще залишається частиною нашого життя і поки держави боротимуться за найблагороднішу роль в історичній міфології — реальними жертвами цієї боротьби залишаться люди, чиєю думкою користуються як ресурсом. Розуміння ж природи пропаганди та критичне осмислення механізмів її впливу на людську свідомість відкриває цей шлях до компромісів і повертає суспільству владу самостійно вирішувати, що дійсно важливо в масштабах життя цивілізації — зіткнення чи кооперація.

У цьому матеріалі ми лише відкрили завісу у світ пропаганди. У світ, що ґрунтується на головній ідеї – якщо хочеш правити і перемагати – володій технологіями впливу на людей. З сукупності знань та думок мною зроблено актуальний висновок – сучасна пропаганда глибоко вторглася у такі сфери, як політика, економіка та бізнес. Вона оголошує та закінчує війни, визначає ціни на нафту та курси валют. Тому пропагандистський апарат – це особлива категорія та каста людей. Також у контексті вищевикладеного хочеться констатувати, що дуже важливо розділяти пропаганду на благо і на шкоду. Необхідно дуже скрупульозно ставитись до тих людей, які мають доступ до пропагандистського апарату. Інакше наслідки можуть бути дуже сумними.

СЕКЦІЯ 5
СОЦІАЛЬНА ПСИХОЛОГІЯ

Віхляєва Я.Є.,
аспірантка кафедри соціальної роботи та психології,
старший викладач кафедри соціальної роботи та психології
Національного університету «Запорізька політехніка»;
Щербина С.С.,
кандидат соціологічних наук, доцент,
доцент кафедри соціальної роботи та психології
Національного університету «Запорізька політехніка»
Україна, м. Запоріжжя

ДЕБРИФІНГ ЯК МЕТОД ПСИХОЛОГІЇ В ЕКСТРЕМАЛЬНИХ УМОВАХ

Екстремальна психологія – це галузь психології, яка вивчає загальні психологічні закономірності життя і діяльності людей у змінених, незвичних для неї умовах існування.

Під екстреною психологічною допомогою науковці розуміють систему короткострокових заходів, що надаються людям, які постраждали у зоні надзвичайної ситуації або найближчим часом після травматичної події.

Екстрена психологічна допомога спрямована на:

1) надання допомоги одній людині, групі людей або великій кількості постраждалих після екстремальної або надзвичайної ситуації;

2) регуляцію актуального психічного, психофізіологічного стану і негативних емоційних переживань, пов'язаних з екстремальною або надзвичайною ситуацією, за допомогою професійних методів, які відповідають вимогам конкретної ситуації.

В практичній психології виділяють основні принципи надання екстреної психологічної допомоги:

1) принцип захисту інтересів клієнта;
2) принцип «не нашкодь»;
3) принцип добровільності;
4) принцип конфіденційності;
5) принцип професійної мотивації;
6) принцип професійної компетентності.

Однією з технік екстреної допомоги в екстремальних умовах є психологічний дебрифінг. Особливістю цієї техніки є те, що це одночасно метод кризисної інтервенції та профілактики.

Психологічний дебрифінг – це одноразова бесіда з людиною або групою людей, що пережили екстремальну ситуацію чи психологічну травму. Мета цього методу – знизити тяжкість психологічних наслідків після пережитого стресу. Участь у дебрифінгу не може попередити виникнення наслідків трагічних подій, але перешкоджає їх розвитку та посиленню, сприяє розумінню причин свого стану і усвідомлення дій, які необхідно виконати, щоб його полегшити.

Психологічний дебрифінг виконує низку завдань:

1) відреагувати враження, емоції, почуття, реакції, відчуття;

2) психологічна підготовка до переживання тих симптомів, що можуть виникнути пізніше;

3) зменшення індивідуального чи групового напруження;

4) когнітивна організація досвіду, який має місце в даний час, шляхом розуміння як подій, так і реакцій на події;

5) зменшення відчуття унікальності чи патологічності свого стану, своїх реакцій;

6) мобілізація внутрішніх і зовнішніх групових ресурсів, посилення групової підтримки, солідарності, розуміння;

7) інформування учасників про те, де вони у подальшому можуть отримати допомогу, включаючи психологічний супровід.

Оптимальний час для проведення психологічного дебрифінгу – не раніше ніж через 48 годин після події. До цього моменту має завершиться період особливих реакцій, які виникли відразу після події, й учасники подій, можливо, зможуть здійснювати рефлексію й самоаналіз.

У психологічному дебрифінгу виділяють три частини:

1) опрацювання основних почуттів учасників і вимір інтенсивності стресу. Це свого роду «вентиляція» почуттів у групі й оцінювання стресу ведучим днбрифінгової групи;

2) детальне обговорення симптомів і забезпечення почуття захищеності й підтримки за допомогою психологічної підтримки;

3) мобілізація ресурсів, забезпечення інформацією й формування планів на майбутнє.

Психологічний дебрифінг має чітку структуру із 7 фаз, послідовність яких є важливою в роботі психолога в екстремальних ситуаціях:

1) ввідна фаза. Ця фаза розпочинається зі знайомства учасників та ведучих. Тут важливим елементом є висловлювання ведучим співчуття з приводу ситуації, що травмувала учасників дебрифінгу. Також на цьому етапі встановлюються правила групи, серед яких:

- конфіденційність;
- бути в колі весь час дебрифінгу;
- висловлювання лише власних думок, почуттів – без узагальнень;
- збереження права не висловлюватися;
- повага до всіх учасників групи, безоціночне ставлення;
- не змінювати тему на іншу.

2) фаза опису фактів. На цій фазі кожна людина коротко описує, що відбулося саме з нею під час інциденту. Знання фактів й їхньої послідовності допомагає впорядкувати те, що сталося, створити структуру події. Це одне з головних завдань дебрифінгу — дати людям можливість більш об'єктивно побачити ситуацію, яка блокує фантазії й спекуляції, що підігрівають тривогу.

3) фаза опису думок. На фазі думок дебрифінг фокусується на процесах ухвалення рішення й мислення. Перша думка зазвичай містить те, що складає серцевину тривоги. Проте, висловлювання цих думок може бути ускладнено для учасників, так як ці думки здаються недоречними, чудними чи негідними. Тому так важливо поділитися ними. Порівняння своєї реакції з подібними реакціями інших людей знижує напруження і формує спільноту.

4) фаза опису переживань. Задача цієї фази – створити такі умови, при яких учасники могли б пригадати і виразити сильні відчуття в умовах підтримки групи, а також підтримати інших учасників, які також переживають сильні страждання. Питання про думки, враження й дії сприяють емоційному відреагуванню.

5) фаза опису симптомів. Учасників просять описувати симптоми (емоційні, когнітивні, фізичні), які вони пережили на місці подій; після завершення небезпечної ситуації; коли вони повернулися у місце тимчасової дислокації; на протязі наступних днів і у теперішній час. На цій стадії узагальнюються реакції учасників і надається інформація про типові реакції на стрес.

6) фаза завершення. У цій фазі один з ведучих повинен спробувати узагальнити реакції учасників.

7) фаза реадаптації. У цій фазі обговорюється й планується майбутнє, плануються стратегії подолання, особливо в термінах сімейної й групової підтримки. Однією з головних

цілей дебрифінгу, крім усього іншого, є створення внутрішньогрупового психологічного контексту.

На протязі 20-30 хвилин після завершення потрібно приділити увагу тим із учасників, хто викликає найбільше занепокоєння, поговорити з ними сам на сам. Цей етап називають постдебрифінгом.

Також ведучий повинен продумати шляхи профілактики виникнення у себе вторинної травматизації: яким чином він зможе потурбуватися про себе, самовідновитися після проведеної роботи, яка могла викликати сильні відчуття. Де та з ким він зможе відреагувати власні емоції від почутого. Які засоби самодопомоги він зможе використати для себе.

Таким чином, психологічний дебрифінг – це особливо організоване обговорення, яке використовується в групах людей, що спільно пережили стресогенну або трагічну подію. Загальна мета групового обговорення – мінімізація психологічних страждань. Для досягнення цієї мети вирішуються такі питання: «опрацювання» вражень, реакцій і почуттів; когнітивна організація пережитого досвіду за допомогою розуміння структури й змісту подій, що відбулися, реакцій на них; зменшення індивідуальної й групової напруги; зменшення відчуття унікальності й патологічності власних реакцій. Це завдання вирішується за допомогою групового обговорення почуттів; мобілізація внутрішніх і зовнішніх групових ресурсів, посилення групової підтримки, солідарності й розуміння; підготовка до переживання тих симптомів або реакцій, які можуть виникнути; визначення засобів подальшої допомоги, якщо буде потреба.

Список використаних джерел

1. Екстремальна психологія : підручник / за заг. ред. проф. О.В. Тімченка. Харків : УЦЗУ, 2007. 502 с.

2. Екстремальна психологія : підручник / за заг. ред. проф. О.В.Тімченка. Київ : ТОВ «Август Трейд», 2007. 502 с.

3. Кризова психологія : навчальний посібник / за заг. ред. проф. О.В. Тімченка. Харків : НУЦЗУ, КП «Міська друкарня», 2010. 383 с.

4. Матвійчук М.В. Методичні матеріали до практичного заняття з дисципліни «Медична психологія надзвичайних станів, екстрена та кризова психологія». Вінниця, 2020. 14 с.

5. Сірко Р. Методологічні питання екстремальної психології. *Педагогіка і психологія професійної освіти.* 2013. № 6. С. 145–152.

Серга Т.О.,
кандидат соціологічних наук, доцент,
доцент кафедри соціальної роботи та психології
Національного університету «Запорізька політехніка»;
Концева О.Ю.,
магістрантка спеціальності «Психологія»
Національного університету «Запорізька політехніка»
Україна, м. Запоріжжя

ОСОБЛИВОСТІ ДОСЛІДЖЕННЯ ЗАДОВОЛЕНОСТІ ШЛЮБОМ ЯК ПСИХОЛОГІЧНОГО ФЕНОМЕНУ

У сучасному суспільстві людина постійно стикається з чинниками емоційної нестабільності. Але однією з вічних цінностей залишається намагання людини створити задовільні подружні відносини у шлюбі. Формування задоволеності шлюбом позначається на

оцінюванні людиною свого щастя у подружніх відносинах. У психології сім'ї «задоволеність шлюбом» частіше розуміється як задоволеність подружжям емоційними відносинами, якістю виконання ролей і обов'язків, а також мірою згоди друг з другом у вирішенні основних сімейних проблем, сумісністю ідеалів та цінностей.

Вивченню чинників, що впливають на задоволеність шлюбом, присвячені дослідження таких психологів-науковців як О.І. Бондарчук, Л.Я. Гозман, С.І. Голод, С.В. Ковальов, В.М. Левицький, Е.Г. Ейдеміллер, В.В. Юстицкіс, О.С. Язвінська, М.С. Мацковський, Ю.Є. Альошина, В.В. Столін та багатьох інших.

Більшість фахівців визначають задоволеність шлюбом як внутрішню суб'єктивну оцінку, ставлення подружжя до власного шлюбу. Найповніше визначення задоволеності шлюбом дає С.І. Голод: «Задоволеність шлюбом є результат адекватної реалізації уявлення про сім'ю, що склались у свідомості людини під впливом зустрічей із різними подіями, що становлять її досвід (дійсний або символічний) у даній сфері діяльності».

Зазначимо, що на думку В.А. Сисенка, поняття «задоволеність подружнім життям» досить широке та містить міру задоволення всіх потреб особистості [2]. А також важливо додати, що Ю.Є. Альошина встановила, що задоволеність шлюбом залежить від стажу сімейного життя [2].

Водночас доктор психологічних наук Л.Б. Шнейдер, розглядає «задоволеність шлюбом як феномен міжособистісного сприйняття, що характеризує ступінь задоволеності потреб подружжя у високій якості сімейних відносин і в особистому зростанні, та відчуває вплив особистісних установок».

Можемо виділити декілька аспектів, що впливають на задоволеність шлюбом:

соціально-рольові очікування. Це сукупність уявлень та сімейних установок, що дозволяє встановити ієрархію сімейних цінностей і ставлення до розподілу ролей та їх реалізації, і навіть рольову структуру подружжя: хто у якій мірі бере на себе ініціативу та відповідальність за виконання тих чи інших функцій сім'ї;

економічні характеристики сім'ї. Зовнішні чинники, такі як матеріальне забезпечення сім'ї, фінансова незалежність сім'ї як самостійної системи, забезпечення власним житлом тощо;

соціально-демографічні показники сім'ї: склад сім'ї, наявність та кількість дітей, окреме проживання від старшого покоління, стаж сімейного життя та саме вік подружжя;

впив професійної сфери життя та позасімейної діяльності. Важливий фактор суб'єктивної задоволеності шлюбом – трудова зайнятість. Н.Г. Юркевич виділяє залежність між задоволеністю шлюбом та задоволеністю роботою. Випробовувані жінки, задоволені роботою, як правило, задоволені своїм шлюбом. Спостереження Г. Навайтіс показали, що у чоловіків існують досить складні взаємозв'язки між успіхами на роботі та сімейними відносинами: нестабільність останніх проявляється як при їх професійних (і, відповідно, фінансових) невдачах, так і при різкому поліпшенні фінансового стану. Також зазначається вплив і якість взаємодії подружжя із найближчим соціальним оточенням;

особисті характеристики членів сім'ї. Істотний вплив на рівень задоволеності мають особливості особистості: характер, потреби, розуміння партнера, вибір стратегій поведінки в конфліктній ситуації, мотиви поведінки, себе і своїх відносин з ним, пошук ресурсів у зіткненні з важкою життєвою ситуацією тощо;

морально-етичні цінності. Це аспект духовної взаємодії партнерів: спільність ціннісних орієнтацій, життєвих цілей, мотивації, соціальної поведінки, інтересів і потреб чоловіка та жінки, установки, думки, оцінки тощо. Почуття кохання та поваги до партнера, спільні погляди й інтереси, вірність [3];

сексуальні відносини. Набір уявлень щодо сексуальної та фізичної взаємодії чоловіка та жінки, сприйняття ініціативи партнера, бажання або небажання змін та експерименту у

відносинах. С.І. Голод, досліджуючи вплив сексуального життя на сімейні відносини, робить висновки про пряму залежність між мірою сексуальної задоволеності подружжя та задоволеністю шлюбом. Ним відзначається, що серед подружжя, що незадоволені інтимним життям або байдужі до нього, менше 10% абсолютно задоволені шлюбом.

Вивчення та розкриття кожного з цих аспектів надає можливість дослідити й оцінити рівень задоволеності шлюбом у подружніх відносинах.

Модель якості шлюбу, було створено американськими вченими Р.А. Левіс і Дж. Б. Спеніером [4]. Ними було проведено вивчення характеристики якості шлюбу та виділено сорок найважливіших ознак подружнього успіху, об'єднаного у чотирнадцять груп. Вони, в свою чергу, згуртовані в три блока чинників, а саме:

дошлюбні;

соціальні та економічні (зовнішні);

особистісні та внутрішлюбні.

Звернемо увагу, що більше двох третин з названих ними конкретних параметрів, що позитивно впливають на якість шлюбу, носять суто психологічний характер. Автори моделі якості шлюбу відзначають, що більшість виділених ними параметрів характеризують ступінь подібності та згоди в міжособистісних стосунках подружжя, але є різними параметрами.

Таким чином, можемо зробити висновок, що різнобічне вивчення особливостей та чинників задоволеності шлюбом надає можливість комплексного дослідження феномену задоволеності шлюбом. І, незважаючи на велику кількість суб'єктивних показників, це вивчення є необхідним для прогнозування та попередження проблем у сімейній системі, а також для практичного використання у сімейному консультуванні.

Список використаних джерел

1. Бондарчук О.І. Психологія сім'ї : курс лекцій. Київ : МАУП, 2001. 96 с.
2. Boniwell, I. (2012). Positive Psychology in a Nutshell: The Science of Happiness (3rd ed.). London: McGraw-Hill Education.
3. Jydaryan, I. A. & Antonova, E. V. (2005), The problems of general life satisfaction [problemy obschei udovletvorennosti zhyznyu]. In I. A. Jydaryan, E. V. Antonova (Eds.) The consciousness of a personality in the crisis society [Soznaniye lichnosti v krizisnom obschestve], Institute of Psychology of Russian Academy of Sciences, Moscow, p. 76-94.
4. Spanier G. B., Lewis R. A., Cole Ch. L. Marital satisfaction over the family life cycle: the issue of Curvilinearity. *Journal of Marriage and the Family*. 1975. Vol. 37, № 2. P. 263-275.

Серга Т.О.,
кандидат соціологічних наук, доцент,
доцент кафедри соціальної роботи та психології
Національного університету «Запорізька політехніка»;
Цуркан І.М.,
магістрантка спеціальності «Психологія»
Національного університету «Запорізька політехніка»
Україна, м. Запоріжжя

ЧИННИКИ ФОРМУВАННЯ КАР'ЄРНИХ ОРІЄНТАЦІЙ СТУДЕНТІВ ЗАКЛАДІВ ВИЩОЇ ОСВІТИ ТА МЕТОДИ ЇХ ДОСЛІДЖЕННЯ

Одним із важливих періодів розвитку кар'єрних орієнтацій молоді є період навчання її у вищому навчальному закладі, коли відбувається активний процес постановки кар'єрних цілей

і розробки планів. Для даного етапу характерним є набуття конкретних уявлень, пов'язаних із професійним і особистісним майбутнім, із вимогами, що пред'являються конкретною професією. В останні роки досить детально вивчені особливості різних аспектів становлення кар'єрних орієнтацій студентів. Зокрема, є прогалини щодо питання взаємодії навчальних мотивів і кар'єрних орієнтацій студентів, важливість якого зумовлюється потребами оптимізації професіоналізації особистості на етапі її фахового навчання.

Є різні фактори, що впливають на формування кар'єрних орієнтацій у студентської молоді. Кожна людина має набір особистісних характеристик, властивих тільки їй, мотиви, цінності, які визначають вибір кар'єри. У серії кар'єрних рішень людини втілюється її професійна «Я-концепція». Іноді може відбуватися неусвідомлена реалізація людиною своїх кар'єрних орієнтацій [1].

Огляд наукової літератури, щодо чинників, які впливають на формування кар'єри, дозволило об'єднати їх у дві великі групи: зовнішні (соціальний, організаційний) та внутрішні (індивідуально-психологічний). Внутрішні чинники, що пов'язані безпосередньо з людиною – здібності (інтелектуальна сфера) та інтереси людини, мотивація і так далі. Зовнішні чинники, що пов'язані з взаємодією особистості з оточенням – вплив інших людей на професійну кар'єру людини (наприклад, матеріальні можливості сім'ї батьків під час навчання, нав'язування батьками своєї точку зору стосовно вибору професії, поєднання інтересів сім'ї, потреба організації у фахівцях даного профілю).

Індивідуально-особистісні фактори, а саме: особистісна відповідальність за прийняті рішення, потреба у досягненнях, толерантність до невизначеності, комунікативні та організаторські здібності, навички міжособистісної ефективної взаємодії, проникливість, вміння чинити психологічний вплив на інших людей – важливі у групі внутрішніх чинників кар'єрних орієнтацій.

Найбільш важливим у формуванні кар'єрних орієнтацій молоді, як зазначають науковці, є мотиваційно-ціннісний чинник.

На основі визначених чинників, які мають вплив на формування кар'єрних орієнтацій молоді, для проведення емпіричного дослідження психологічних особливостей кар'єрних орієнтацій студентів, доцільно використовувати наступні психодіагностичні методики:

1. Для дослідження індивідуально-особистісних чинників: тест-опитувальник «Соціально-комунікативна компетентність» (Е. Рогов), який дає змогу оцінити рівень розвитку соціально-комунікативної компетентності особистості; методика «Психологічна оцінка організаторських здібностей особистості» (Л. Уманський, А. Лутошкін, О. Чернишов, М. Фєтіскін), яка дає змогу визначити інтегральні організаторські здібності особистості.

2. Для дослідження мотиваційно-ціннісних чинників доцільно використовувати наступні методики: опитувальник «Потреба у досягненні цілі» (Ю. Орлов) дає можливість визначити рівень мотивації у досягненні успіху в незвичайних ситуаціях, коли виникає потреба винаходити нові прийоми роботи при виконанні своїх обов'язків; методика «Якорі кар'єри» (Е. Шейн, переклад і адаптація В. Чікер, В. Вінокурова) дозволяє відобразити кар'єрні орієнтації, засновані на психологічних потребах майбутніх фахівців, самооцінці студента своїх здібностей та можливостей і ключових цінностях, що визначають вибір кар'єри; опитувальник «Мотивація до кар'єри» (А. Ное, Р. Ное, Д. Бахубер, адаптація Є. Могільовкіна) дозволяє визначити рівень кар'єрної стійкості майбутнього фахівця, що дуже важливо для українських студентів, які зараз живуть у надзвичайних умовах, а саме військового конфлікту, при якому відбувається критичний процес внутрішніх особистісних перетворень, а тому дуже важливим є здатність особистості справлятися з труднощами та адаптуватися до змін ситуації щодня.

Список використаних джерел

1. Технології роботи організаційних психологів : навч. посіб. для студентів вищ. навч. закл. та слухачів ін-тів післядиплом. освіти / за наук. ред. Л. М. Карамушки. К. : Фірма «ІНКОС», 2005. 366 с.

Філоненко К.В.,
студентка спеціальності «Психологія»
Національного університету «Запорізька політехніка»;
Віхляєва Я.Є.,
старший викладач кафедри соціальної роботи та психології
Національного університету «Запорізька політехніка»
Україна, м. Запоріжжя

ВЗАЄМОЗВ'ЯЗОК РІВНЯ ЕМПАТІЇ ОСОБИСТОСТІ ТА СТРАТЕГІЙ ПОВЕДІНКИ У КОНФЛІКТІ В МОЛОДОМУ ВІЦІ

На сьогоднішній день у соціумі спостерігається тенденція збільшення напруженості, посилення конфліктності та агресивності у поведінці саме молодого покоління. Юність – це час вибору життєвого шляху, робота з обраної спеціальності (пошук її), навчання в вузі, створення сім'ї, для юнаків – служба в армії. Молоді люди часто вступають у неформальні об'єднання, переживають зміну ціннісних орієнтацій, що призводять до конфліктів, а також відбувається ламання загальноприйнятих стереотипів поведінки.

Виникнення конфліктів є об'єктивним і неминучим явищем. Адже життя – це постійний діалектичний процес виникнення проблем та їх наступного вирішення. Якщо у стосунках між людьми проблем не виникає, тоді наявним є факт застою, відсутності розвитку. Взаємовідносини людей, у яких відсутні конфлікти, поступово згасають. Конфлікти, в свою чергу, породжують відповідальність і небайдужість, стимулюють оновлення і поліпшення стосунків між людьми.

Конфлікт — це стосунки між суб'єктами соціальної взаємодії, які характеризуються протиборством за наявності протилежних мотивів (потреб, інтересів, цілей, ідеалів, переконань) чи суджень (думок, поглядів, оцінок і т. п.) [1, с. 7].

Способи поведінки в конфліктній ситуації – це конкретні дії, виконувані учасниками конфлікту. Однією з найпопулярніших і широко використовуваних є концепція Томаса-Кіллмена, в якій виділяються п'ять основних стратегій людської поведінки в конфліктній ситуації:

1) стратегія домінування (суперництва, конкуренції, боротьби);
2) стратегія уникнення (ігнорування, відходу);
3) стратегія пристосування (поступливості);
4) стратегія співробітництва (кооперації, інтеграції);
5) стратегія компромісу [3, с. 37].

На думку О. Н. Гомиранова, емпатія є одним з механізмів регуляції міжособистісних конфліктів. Вивчення питання взаємозв'язку емпатії та конфліктності зумовлене тим, що підвищення рівня емпатії як співпереживання, проникнення, причетності до світу іншої людини може допомогти у вирішенні конфліктних ситуацій як в особистісній, соціальній, так і в професійній сфері. З одного боку, вміння співчувати, співпереживати суб'єктам психологічного супроводу та вміння конструктивно вирішувати конфліктні ситуації є необхідною якістю у житті людини. З іншого боку, високий рівень емпатії та низький рівень конфліктності сприяють створенню психологічної безпеки суб'єкта власної життєдіяльності, що дозволяє людині максимально реалізовувати свої життєві стратегії.

Вивченням взаємозв'язку рівня емпатії та конфліктної поведінки займалися такі вчені–психологи як: Ю.Є. Альошина, С. Ю. Дронова, Є.П. Ільїн, К. В. Золотарьова, Є. І. Пустобаєва, Т. В. Савінова та ін. У вітчизняній психології було проведено безліч досліджень, що підтверджують взаємозв'язок рівня емпатії та конфліктності особистості, а саме: рівень емпатії впливає на конфліктність особистості.

Проте майже не існує досліджень, які б доводили, що рівень емпатії особистості впливає на вибір стратегії поведінки в конфлікті. Саме недоступність в науковій літературі теоретичної та практичної інформації про вплив емпатії на стратегію поведінки у конфлікті в молодому віці зумовила вибір теми та мети нашого дослідження.

Метою дослідної роботи було теоретично дослідити та емпірично виявити взаємозв'язок рівня емпатії та стратегій поведінки у конфлікті в молодому віці.

Об'єкт дослідження – стратегії конфліктної поведінки особистості як психологічний феномен.

Предмет дослідження – вплив рівня емпатії молоді на вибір стратегії конфліктної поведінки особистості.

В своїй роботі ми припускаємо, що високий рівень емпатичних здібностей сприяє вибору конструктивних стратегій поведінки у конфлікті (співпраця, компроміс), низький рівень емпатії є основою вибору деструктивних стратегій поведінки у конфлікті (суперництво, пристосування).

З метою вирішення поставлені дослідних задач, було проведено дослідження 35 осіб (23 жінки і 12 чоловіків) 18–25 років.

Для дослідження рівня емпатії та стратегій поведінки в конфліктній ситуації були обрані такі методики, як:

- «Стратегії поведінки в конфліктній ситуації. Як ви дієте в умовах конфлікту?» (А. Казанцев, В. Підлісний, Л. Сєрова);
- «Оцінка рівня емпатичних здібностей» (В.В.Бойко).

Результати дослідження стратегії поведінки у конфлікті наведені в таблиці 1.

Таблиця 1

Стратегії конфліктної поведінки

Стать	Вік	«Черепаха» (уникнення)	«Акула» (конкуренція)	«Ведмедик» (пристосування)	«Лиса» (компроміс)	«Сова» (співробітництво)
Жіноча стать	18–25 років	0	2	6	1	14
Чоловіча стать		1	1	4	1	5
Всього осіб	35	1	3	10	2	19

Як бачимо з даних наведених в таблиці 1, серед випробуваних молодого віку переважає стратегія співробітництва («сова») – 54,3 %. Тобто вибираючи цю стратегію, учасники прагнуть вирішувати конфлікти так, щоб виграли всі. Вони не тільки враховують позицію іншої сторони, але й прагнуть задовольнити її та свої потреби. Стратегія пристосування («ведмедик») переважає у 28,6 %. Застосування цієї стратегії ґрунтується на зниженні своїх

вимог і прийнятті позиції опонента. За уникнення (бездіяльності) учасник знаходиться в ситуації конфлікту, але без усіляких активних дій із його розв'язання.

Стратегія конкуренції («акула») виявлена у 8.6 %. Вона полягає в нав'язуванні іншій стороні кращого для себе рішення. При цьому можуть використовуються різноманітні методи впливу на свого опонента – шантаж, загрози, залякування, силовий тиск тощо.

Стратегія компроміс («лиса») виявлена лише у 5,7 %. При використанні цієї стратегії обидві сторони конфлікту йдуть на поступки один одному, частково відмовляючись від своїх умов і претензій.

Найменш застосований спосіб вирішення конфліктів – уникнення («черепаха»), переважає лише у 2,9 % від загальної кількості випробуваних. Стратегія уникнення характеризується ухиленням від конфліктної ситуації. Тактика зводиться до зменшення значимості подій, які викликали конфлікт. Виявляється у здатності вчасно вийти з конфліктної ситуації, оскільки особистість не визнає протиріччя як реально існуючі [2, с. 181–182].

Наступний крок нашого дослідження – це аналіз отриманих результатів за методикою В.В. Бойко «Оцінка рівня емпатичних здібностей» (див. Таблиця 2).

Таблиця 2

Рівень емпатії

Стать	Високий	Середній	Занижений	Дуже низький
Жінки	0	7	12	4
Чоловіки	0	2	5	5
Всього	0	9	17	9

Висновком за методикою В. В. Бойка є наступне: більшість випробуваних має низький та занижений рівень емпатії (74,3 %). Це говорить про те, що в них недостатньо розвинуті емпатичні здібності. Можливо, саме відсутність спрямованості на розуміння переживань інших людей є захисним механізмом під час воєнного положення в країні. Таким чином випробувані намагаються знизити свою тривожність та страхи, намагаються не піддаватися хвилюванням зі сторони оточуючих.

За результатами проведеного дослідження відомо, що середнє значення загального рівня емпатії випробуваних становить 17,8, що відповідає заниженому рівню емпатії.

Щоб визначити взаємозв'язок між рівнем емпатії та стратегією поведінки у конфлікті, нами був використаний коефіцієнт рангової кореляції Спірмена. Метод рангової кореляції дозволяє визначити силу і напрям кореляційного зв'язку між двома ознаками або двома ієрархіями ознак.

Отримані результати показують, що кореляційний зв'язок наявний лише в 2 випадках:

- між раціональним каналом емпатії та стратегією пристосування (+);
- між інтуїтивним каналом та стратегією співпраці (–).

Отже, на основі використаного математичного аналізу можна зробити висновок, що домінування стратегії співпраці залежить від низького рівня інтуїтивного каналу емпатії. Високі показники по раціональному каналу емпатії впливають на стратегію пристосування.

Список використаних джерел

1. Ємельяненко Л.М., Петюх В.М.,. Торгова Л.В., Гриненко А.М. Конфліктологія : навч. посібник / за заг. ред. В.М. Петюха, Л.В. Торгової. Київ : КНЕУ, 2003. 315 с.

2. Єнджейчак О.М., Буняк Н.А., Єнджейчак О.М. Психологічні детермінанти конфліктності у студентському віці. *Тези доповіді на VI Міжнародній науково-технічній конференції молодих учених та студентів «Актуальні задачі сучасних технологій»* (16–17 листопада 2017 року). Тернопіль : ТНТУ, 2017. Т. 3. С. 181–182.

3. Петрінко В.С. Конфліктологія : курс лекцій, енциклопедія, програма, таблиці : навчальний посібник. Ужгород : Видавництво УжНУ «Говерла», 2020. 360 с.

Чередниченко С.М.,
студентка спеціальності «Психологія»
Національного університету «Запорізька політехніка»;
Віхляєва Я.Є.,
старший викладач кафедри соціальної роботи та психології
Національного університету «Запорізька політехніка»
Україна, м. Запоріжжя

ОСОБЛИВОСТІ УКРАЇНСЬКОГО НАЦІОНАЛІЗМУ ЯК СОЦІАЛЬНО-ПСИХОЛОГІЧНОГО ФЕНОМЕНУ

Слово «нація» походить від латинського natio (рід, плем'я). Спочатку термін мав дещо зневажливий зміст і, до певної міри, – відповідний соціальний контекст – у Давньому Римі «націями» називали групи чужинців з певного регіону, зазвичай об'єднаних кровними зв'язками, які не мали таких прав, якими були наділені громадяни Риму. Згодом поняття «нація» почали ототожнювати здебільшого з місцем народження. Це сталося після 212 року, коли статус громадян Римської імперії дістали всі особисто вільні її жителі [2].

Нація – етносоціальна спільнота, об'єднана певною самоназвою, символами, географічним та етносоціальним походженням, історичною пам'яттю, комплексом духовно-культурних і політичних цінностей, усвідомленням своєї ідентичності (національною самосвідомістю) [6].

Націоналізм – ідеологія і напрямок політики, базованим принципом яких є теза про цінність нації як найвищої форми суспільної єдності та її первинності в державотворчому процесі.

Націоналізм просуває інтереси певної нації, особливо з метою здобуття та підтримки суверенітету нації над своєю батьківщиною. Націоналізм стверджує, що кожна нація має керувати собою, вільною від зовнішнього втручання, що нація є природним та ідеальним підґрунтям для політики, і що нація є єдиним правомірним джерелом політичної влади (народний суверенітет) [5; 1].

Формальною точкою відліку історії українського націоналізму можна вважати появу у Києві у січні 1846 року таємного Кирило-Мефодіївського братства. Суспільство, створене з ініціативи молодого історика Миколи Костомарова, мріяло про створення федерації вільних слов'янських республік, у якій особливу роль відігравав би український народ [3].

Крайній правий націоналізм почав швидко відроджуватися в Україні після розвалу Радянського Союзу. Націоналістична ідеологія швидко зайняла місце державної: сформувати інший, менш радикальний порядок денний нової української влади не вдалося. Уявлення про національну ідентичність, як і раніше, базувалося на запереченні історичного зв'язку з Росією, поверненні «споконвічних земель» та поверненні до гасел типу «Україна – для українців!».

Після державного перевороту 2014 року украй правий націоналізм став офіційною державною ідеологією в Україні. Однією з характерних її особливостей є готовність застосування силових заходів для забезпечення національної монолітності країни. Ідеальна Україна розглядається як мононаціональна держава, що заперечує федералізацію, яка допускає крайні силові заходи щодо тих, що не поділяють такий погляд.

Один з відомих українських вчених Д. Чижевський дотримувався ідеї, що аналіз національного характеру української нації не може бути цілісним (лише фрагментарним),

оскільки містить у собі різноманітні психологічні та соціальні типи, місцеві відмінності та варіації.

У дослідженні національних характеристик українців вчений пропонував три способи: вивчення народної творчості, аналіз найяскравіших історичних епох та характеристику найвизначніших представників народу. Найкращим способом Д. Чижевський вважав перший, проте не заперечував про наявність певних труднощів [7].

У ракурсі психологічного дослідження національного характеру важливим є розгляд доглибиннопсихологічного фактора, на який звернув свою головну увагу О. Кульчицький. Суть цього чинника полягає у впливі несвідомого на становлення психологічного портрету нації. Дослідник розглядає «комплекс меншовартості» як властивий українській нації.

Аналізуючи психологічний портрет українця, М.П. Красковська зауважує про значний вплив козацтва, результатом якого є палкий та буйний темперамент, хоробрість, витривалість, винахідливість, побратимство тощо.

Не менш важливими чинниками у цьому переліку М.П. Красковська називає фактори соціальні, а саме «рівень розвитку продуктивних сил, економічна і соціальна структура суспільства та економічні і соціальні відносини, що з них випливають національно-державний статус і політична система, в котрій формується та функціонує етнічна психологія, рівень розвитку культури, специфіка пануючої релігійної або світської ідеології і т. ін.» [4].

Передумови появи націоналізму можна розділити на ендогенні (всередині співтовариства) і екзогенні (взаємодія співтовариств). Кожна людина має право сама визначати, вважати себе членом тієї чи іншої спільноти чи ні. Певний народ створює свою державу і активно бере участь у її розвитку.

Майже всі дослідники наголошують на таких рисах українського національного характеру, як сентименталізм, ліризм, прагнення до свободи, примат почуттів над розумом, інтровертизм тощо. Більшість вчених погоджуються з думкою, що в українському суспільстві переважає жіноче начало (матріархат родини), яке відіграє важливу роль у вихованні нації. В основі національного характеру українців лежить психіка землероба, яка проявляється у толерантності, покірності долі, емоційному та естетичному сприйнятті світу.

Список використаних джерел

1. Залізняк Л.Л. Україна в колі світових цивілізацій. Київ : Т-во «Знання» України, 2006.
2. Касьянов Г.В. Теорії нації та націоналізму: монографія. Київ : Либідь, 1999.
3. Костомаров Н.И. Исторические произведения. Автобиография. 2-е изд. составитель и автор ист. биогр. очерка Замлинский В. Київ : Изд-во «Лыбидь», 1990.
4. Красковська М. П. Загальний механізм формування і функціонування етнопсихології та специфіка його дії в українському суспільстві. Київ, 1995.
5. Націоналізм. *Енциклопедія політичної думки*. За ред. Девіда Міллера / пер. з англ.: Дух і літера. К., 2000.
6. Проф. Онацький Є. Українська мала енциклопедія: нація / 16 кн : у 8 т. Буенос-Айрес, 1962.
7. Чижевський Д. Українська філософія. *Філософські студії*, 1993.

Щербина С.С.,
кандидат соціологічних наук, доцент,
доцент кафедри соціальної роботи та психології
Національного університету «Запорізька політехніка»;

Серга Т.О.,
кандидат соціологічних наук, доцент,
доцент кафедри соціальної роботи та психології
Національного університету «Запорізька політехніка»
Україна, м. Запоріжжя

РОЛЬ ПСИХОЛОГІЧНОЇ СЛУЖБИ У ПОЛІПШЕННІ СОЦІАЛЬНО-ПСИХОЛОГІЧНОГО КЛІМАТУ В КОЛЕКТИВІ ДЕРЖАВНИХ СЛУЖБОВЦІВ

Психологічні та соціологічні служби і лабораторії на великих промислових підприємствах з'явилися та функціонували в нашій країні ще за радянських часів. Поява перших утворень такого типу відноситься до періоду діяльності психотехніків (1920 – середина 30-х років). У комплексній системі підприємства та його органів управління, все більше значення сьогодні набуває соціальна частина, що повинна бути діючим організмом зі структурою, що забезпечує можливість швидкої адаптації до нової техніки, технології, прогресивного рівня управління виробничими процесами. Тому впровадження психології праці на виробництві не є випадковим і не залежить від суб'єктивних бажань або думок.

В наш час наукова організація праці, планування соціального й економічного розвитку колективів немислимі без співробітництва з фахівцями в галузі психології праці. Проблемою впровадження психологічної служби на підприємствах займалися М.О. Дмитрієва, О.М. Іванова, В.Г. Лоос та інші. Завдань, які вирішує психолог праці, досить багато, й залежить їх коло та обсяг від того, у якій установі або на якому підприємстві він працює, а також від професійних інтересів самого психолога.

Психологи допомагають керівникам підприємства управляти виробничим процесом і трудовим колективом, створюють базу для більш ефективного вирішення виробничих завдань. На основі аналізу результатів діяльності підприємства психологи дають рекомендації з оптимізації режиму й умов праці, формуванню світогляду людини, допомагають людям пристосуватися до умов праці, особливостям і вимогам, які висуває дана професія. Психологи виявляють фактори, які підвищують працездатність, мобілізують людину й активізують її ставлення до праці. Відомо, яке значення має вирішення даних проблем для виконання завдань, які стоять перед нами на сучасному етапі розвитку.

Психолог, що працює в установі, може виконувати й різні адміністративні функції (у більшості випадків пов'язані з діяльністю відділу кадрів). До основних завдань, які вирішують подібні служби, входять підбор, розміщення й оцінка працівників; аналіз факторів виробничого середовища (раціональна організація робочого місця, створення необхідних умов праці й забезпечення високої культури виробництва сприяють появі у людей задоволеності працею й підвищенню її ефективності); забезпечення відповідності засобів виробництва можливостям людини; питання безпеки праці; соціально-психологічні фактори праці. Для вирішення всіх цих завдань існує широкий спектр методів і методик, розроблені положення про подібні служби.

Соціально-психологічні фактори праці стають все більш значущими для функціонування підприємств і установ, а відтак, і в діяльності їхніх психологічних служб. Це змушує господарських керівників частіше звертатися по допомогу до психолога праці. Коло завдань, якими повинен займатися психолог праці на підприємстві, можна розбити на три категорії:

1) трудовий (виробничий) колектив, взаємини в ньому;
2) керування людьми в процесі праці;
3) мотивація праці.

Однак всі вони тісно взаємопов'язані між собою. Так, вивчення проблем соціально-психологічного клімату колективу, його оптимізація вимагають урахування великої ролі

керівника в цьому аспекті, тому вирішальної ролі набувають особистісні якості керівника, стиль управління людьми в процесі праці на підприємстві, позиція керівників, вимоги, які вони висувають до підлеглих, і їхня реалізація тощо. Оптимальне управління діяльністю й соціально-психологічним кліматом у кожному (у тому числі трудовому) колективі вимагає спеціальних знань і вмінь від керівного складу. Що стосується мотивації професійної праці, – задоволення запитів і потреб перебуває в тісному зв'язку із задоволеністю роботою, а це значною мірою впливає на стабільність колективу.

Отже, проблема створення психологічної служби на виробництві не є новою. Функції психолога на підприємстві вивчали З. Буреш, М.О. Дмитрієва, О.М. Іванова, Л.М. Карамушка, В.Г. Лоос та інші. Однак, в наш час значно змінилися – порівняно з радянським періодом – соціальні та економічні умови праці, виробництва, суспільний лад в цілому. Тому важливим видається дослідження проблеми з урахуванням реалій сьогодення. Крім того, як вже зазначалося, йшлося про діяльність психологічних і соціологічних служб на підприємствах промисловості, тому характер і завдання їх діяльності вивчалася з урахуванням специфічних потреб промисловості. Що стосується установ та організацій, то практика функціонування їхніх психологічних служб і, природньо, дослідження особливостей цих служб, була істотно обмежена. Стосовно ж державної служби, то таких структур в її рамках немає і до сьогодні, не зважаючи на нагальну проблему.

Соціально-психологічний клімат – це результат спільної діяльності людей, їх міжособової взаємодії. Спершу цей термін використовувався, скоріш, як алегорія, влучний образ, одначе тепер набув статусу повноцінного наукового поняття. Вивчався соціально-психологічний клімат у вітчизняній науці такими дослідниками, як В.В. Бойко, О.Г. Ковальов, М.С. Мансуров, Р.А. Моченов, М.М. Ночевник, У.Б. Ольшанській, В.М. Панфьоров, Б.Д. Паригин, К.К. Платонов, Ю.П. Платонов, А.А. Русалінова, В.М. Шепель, А.М. Щербань та інші.

Змістовна характеристика соціально-психологічного клімату пов'язана з самопочуттям людини в колективі (настроєм, задоволеністю, психологічним комфортом), яке переноситься на ставлення людей до праці і інших членів колективу, на міжособистісні відносини, на загальні взаємини. Через відносну молодість соціально-психологічного клімату як наукової категорії в літературі зустрічаються синонімічні терміни: морально-психологічний клімат, психологічний клімат, психологічна атмосфера колективу.

Однак, якщо значення особистісних та індивідуально-психологічних характеристик для соціально-психологічного клімату колективу досліджували такі науковці, як В.В. Бойко, О.Г. Ковальов, В.М. Панфьоров та інші, то вплив психічних станів, психологічних проблем особистості на соціально-психологічний клімат майже не вивчений. А для апарату державного управління це має велике значення, оскільки діяльність державних службовців характеризується значними психологічними навантаженнями, що відбивається на їх благополуччі. Особливо це стало актуальним тепер, коли відбуваються масштабні соціально-політичні перетворення, що не однозначно сприймається держслужбовцями, веде до тривожного очікування, підозріливості, емоційної напруженості тощо.

Дослідження негативних психологічних станів, які виникають у державних службовців в процесі виконання ними своїх професійних обов’язків як наслідок тих шкідливостей, які впливають на людину, надасть можливість надання їм психологічної допомоги з метою поліпшення психологічного клімату колективу, а як наслідок – підвищення ефективності їх професійної діяльності, їхнього трудового і творчого довголіття.

ВІДОМОСТІ ПРО АВТОРІВ

Авраменко Ірина Андріївна – асистент кафедри журналістики Університету митної справи та фінансів.

Аль-Мджаркеш Нурдін Ісамович – магістрант спеціальності «Соціальне забезпечення» Національного університету «Запорізька політехніка».

Балухтіна Олена Миколаївна – кандидат історичних наук, доцент кафедри соціальної роботи та психології Національного університету «Запорізька політехніка».

Баран Катерина Миколаївна – студентка спеціальності «Інформаційна, бібліотечна та архівна справа» Волинського національного університету імені Лесі Українки.

Баранецька Анна Дмитрівна – кандидат наук із соціальних комунікацій, доцент, доцент кафедри соціальних комунікацій та інформаційної діяльності Запорізького національного університету.

Баршацька Галина Юріївна – кандидат соціологічних наук, доцент, доцент кафедри соціальної роботи та психології Національного університету «Запорізька політехніка».

Башлій Анастасія Геннадіївна – студентка спеціальності «Психологія» Національного університету «Запорізька політехніка».

Березенко Віта Віталіївна – доктор наук із соціальних комунікацій, професор, завідувач кафедри соціальних комунікацій та інформаційної діяльності Запорізького національного університету.

Берник Анжела Олегівна – магістрантка спеціальності «Соціальна робота» Національного університету «Запорізька політехніка».

Боєцька Аліна Сергіївна – магістрантка спеціальності «Соціальна робота» Ніжинського державного університету імені Миколи Гоголя.

Борисюк Світлана Олексіївна – кандидат педагогічних наук, доцент кафедри соціальної педагогіки і соціальної роботи Ніжинського державного університету імені Миколи Гоголя.

Бородулькіна Тетяна Олександрівна – кандидат психологічних наук, доцент, доцент кафедри соціальної роботи та психології Національного університету «Запорізька політехніка».

Боротюк Марія Геннадіївна – студентка спеціальності «Психологія» Волинського національного університету імені Лесі Українки.

Бринявська Наталя Миколаївна – магістрантка спеціальності «Соціальна робота» Ніжинського державного університету імені Миколи Гоголя.

Брутман Анна Богданівна – кандидат економічних наук, доцент, завідувач кафедри іноземних мов професійного спілкування Національного університету «Запорізька політехніка».

Бурачок Інна Геннадіївна – магістрантка спеціальності «Соціальна робота» Ніжинського державного університету імені Миколи Гоголя.

Бут Крістіна Олександрівна – аспірантка факультету журналістики Запорізького національного університету.

Василькова Аліна Олексіївна – студентка спеціальності «Психологія» Національного університету «Запорізька політехніка».

Вашест Павло Олегович – магістрант спеціальності «Соціальна робота» Національного університету «Запорізька політехніка».

Віхляєва Яна Євгенівна – аспірантка кафедри соціальної роботи та психології, старший викладач кафедри соціальної роботи та психології Національного університету «Запорізька політехніка».

Вішталюк Валерія Володимирівна – магістрантка спеціальності «Соціальна робота» Національного авіаційного університету.

Волинець Галина Миколаївна – кандидат філологічних наук, доцент, доцент кафедри журналістики Національного університету «Запорізька політехніка».

Ганноцька Тетяна Василівна – викладач ВСП «Запорізький гуманітарний фаховий коледж НУ «Запорізька політехніка»

Гайворонська Таїсія Олексіївна – кандидат філософських наук, доцент, в.о. декана факультету соціальних наук Національного університету «Запорізька політехніка».

Гарань Наталія Станіславівна – кандидат педагогічних наук, доцент кафедри педагогіки вищої школи ДВНЗ «Донбаський державний педагогічний університет».

Герасимчук Олена Борисівна – кандидат економічних наук, доцент, доцент кафедри музеєзнавства, пам'яткознавства та інформаційно-аналітичної діяльності Волинського національного університету імені Лесі Українки.

Горбенко Анна Сергіївна – магістрантка спеціальності «Соціальна робота» Національного авіаційного університету.

Горлачова Вікторія Володимирівна – кандидат філологічних наук, доцент, доцент кафедри іноземних мов професійного спілкування Національного університету «Запорізька політехніка».

Грицюк Ірина Михайлівна – кандидат психологічних наук, доцент кафедри практичної психології та психодіагностики Волинського національного університету імені Лесі Українки.

Гягяєва Орина Феохаріївна – студентка спеціальності «Журналістика» Університету митної справи та фінансів.

Дараган Владислава Денисівна – магістрантка спеціальності «Соціальна робота» Національного університету «Запорізька політехніка».

Дембіцька Софія Віталіївна – доктор педагогічних наук, доцент, професор кафедри безпеки життєдіяльності та педагогіки безпеки Вінницького національного технічного університету.

Дикун Володимир Григорович – старший викладач кафедри морально-психологічного забезпечення діяльності військ (сил) Національного університету оборони України імені Івана Черняховського.

Дрешпак Валерій Михайлович – доктор наук з державного управління, професор, професор кафедри журналістики Університету митної справи та фінансів.

Дударьов Віталій Валентинович – кандидат політичних наук, доцент, доцент кафедри соціальної роботи та психології Національного університету «Запорізька політехніка».

Дупліна Марія Олександрівна – магістрантка спеціальності «Соціальна робота» Національного університету «Запорізька політехніка».

Дхаршіні Магеш – студент міжнародного факультету Полтавського державного медичного університету.

Єльницька-Погибко Тетяна Валеріївна – студентка спеціальності «Психологія» Відокремленого структурного підрозділу закладу вищої освіти «Відкритий міжнародний університет розвитку людини «Україна» Миколаївського інституту розвитку людини.

Єськова Катерина Вікторівна – старший викладач кафедри журналістики Національного університету «Запорізька політехніка».

Жаров Данило Андрійович – магістрант спеціальності «Журналістика» Національного університету «Запорізька політехніка».

Жовнір М.М. кандидат філологічних наук, викладач кафедри українознавства та гуманітарної підготовки Полтавського державного медичного університету.

Заводюк Анастасія Миколаївна – студентка спеціальності «Журналістика» Національного університету «Запорізька політехніка».

Закревська Анжела Валеріївна – магістрантка спеціальності «Соціальна робота» Національного університету «Запорізька політехніка».

Залозна Ольга Михайлівна – студентка спеціальності «Журналістика» Національного університету «Запорізька політехніка».

Здрілько Богдана Галібівна – студентка спеціальності «Соціальна робота» Національного авіаційного університету.

Зозуль Таїсія Василівна – аспірантка факультету журналістики Запорізького національного університету.

Іванець Тетяна Олександрівна – кандидат філологічних наук, доцент, доцент кафедри соціальних комунікацій та інформаційної діяльності Запорізького національного університету.

Іванова Анастасія Ігорівна – студентка спеціальності «Соціальна робота» Національного університету «Запорізька політехніка».

Ілов Олексій Анатолійович – магістрант спеціальності «Психологія» Національного університету «Запорізька політехніка».

Капітон Алла Мирославівна – доктор педагогічних наук, доцент, професор кафедри комп'ютерних та інформаційних технологій і систем Національного університету «Полтавська політехніка імені Юрія Кондратюка».

Карпенко Євгенія Олександрівна – магістрантка спеціальності «Журналістика» Національного університету «Запорізька політехніка».

Коваленко Єлизавета Віталіївна – студентка спеціальності «Міжнародні економічні відносини» Національного університету «Запорізька політехніка».

Коваль Владислав Олександрович – кандидат педагогічних наук, доцент, доцент кафедри соціальної роботи та психології Національного університету «Запорізька політехніка».

Ковпак Вікторія Анатоліївна – доктор наук із соціальних комунікацій, доцент, професор кафедри соціальних комунікацій та інформаційної діяльності Запорізького національного університету.

Кодацька Наталя Олександрівна – кандидат соціологічних наук, доцент, в.о. завідувача кафедри журналістики Університету митної справи та фінансів.

Коленіченко Тетяна Іванівна – кандидат педагогічних наук, доцент, завідувач кафедри соціальної роботи Національного університету «Чернігівська політехніка».

Колесник Юрій Віталійович – магістрант спеціальності «Соціальне забезпечення» Національного університету «Запорізька політехніка».

Кондрико Анастасія Андріївна – кандидат наук із соціальних комунікацій, директор Центру медіааналітики «Cyber Media Track», засновниця та голова ГО «Синергія аналітиків України», викладачка Школи помічника народного депутата, Української школи урядування НАДС України та Запорізького регіонального центру підвищення кваліфікації, членкиня Національної спілки журналістів України.

Конончук Антоніна Іванівна – кандидат педагогічних наук, доцент, доцент кафедри соціальної педагогіки і соціальної роботи Ніжинського державного університет імені Миколи Гоголя.

Концева Ольга Юріївна – магістрантка спеціальності «Психологія» Національного університету «Запорізька політехніка».

Коротка Анастасія Павлівна – студентка спеціальності «Соціальна робота» Національного авіаційного університету.

Костенко Ольга Леонідівна – вчитель вищої категорії Запорізької гімназії №93.

Костромицький Роман Іванович – кандидат філологічних наук, доцент, доцент кафедри соціальних комунікацій Бердянського державного педагогічного університету.

Коструба Наталія Сергіївна – кандидат психологічних наук, доцент кафедри загальної та клінічної психології Волинського національного університету імені Лесі Українки.

Коцило Дмитро Олександрович – магістрант спеціальності «Психологія» Національного університету «Запорізька політехніка».

Кравченко Тетяна Володимирівна – магістрантка спеціальності «Соціальна робота» Національного університету «Запорізька політехніка».

Кузьмін Віктор Володимирович – кандидат соціологічних наук, доцент, в.о. завідувача кафедри соціальної роботи та психології Національного університету «Запорізька політехніка».

Кузьмін Віктор Володимирович – кандидат соціологічних наук, доцент, в.о. завідувача кафедри соціальної роботи та психології, вчений секретар Національного університету «Запорізька політехніка».

Кузьміна Марія Олегівна – викладач кафедри соціальної роботи та психології Національного університету «Запорізька політехніка».

Куліченко Дарина Олегівна – аспірантка факультету журналістики Запорізького національного університету.

Лапенко Яна Юріївна – магістрантка спеціальності «Психологія» Національного університету «Запорізька політехніка».

Лебеденко Віолета Вікторівна – магістрантка спеціальності «Соціальна робота» Національного університету «Запорізька політехніка».

Лісовець Олег Васильович – доктор педагогічних наук, професор, завідувач кафедри соціальної педагогіки і соціальної роботи Ніжинського державного університету імені Миколи Гоголя.

Літвінова Анастасія Миколаївна – кандидат педагогічних наук, доцент, доцент кафедри економіки та менеджменту Харківського національного університету імені В. Н. Каразіна.

Лубенець Юлія Миколаївна – магістрантка спеціальності «Психологія» Національного університету «Запорізька політехніка».

Малиш Олексій Олексійович – магістрант спеціальності «Соціальне забезпечення» Національного університету «Запорізька політехніка».

Мартиняк Андрій Сергійович – магістрант спеціальності «Журналістика» Запорізького національного університету

Марченко Дарина Іванівна – студентка спеціальності «Журналістика» Національного університету «Запорізька політехніка».

Мельнікова Юлія Олександрівна – кандидат філологічних наук, доцент, завідувач кафедри соціальних комунікацій Бердянського державного педагогічного університету.

Мінза Ольга Сергіївна – магістрантка спеціальності «Соціальна робота» Національного університету «Запорізька політехніка».

Мірошниченко Павло Васильович – кандидат філологічних наук, доцент, доцент кафедри журналістики Запорізького національного університету.

Міхеєва Оксана Юріївна – кандидат педагогічних наук, доцент, доцент кафедри соціальної освіти та соціальної роботи Національного педагогічного університету імені М. П. Драгоманова.

Муравйова Олена Борисівна – студентка спеціальності «Психологія» Національного університету «Запорізька політехніка».

Наливайко Олександра Сергіївна – студентка спеціальності «Журналістика» Національного університету «Запорізька політехніка».

Напрягло Вікторія Олександрівна – студентка спеціальності «Журналістика» Бердянського державного педагогічного університету.

Недря Кирило Михайлович – кандидат історичних наук, доцент, завідувач кафедри гуманітарних дисциплін і психології поліцейської діяльності Дніпропетровського державного університету внутрішніх справ.

Неїжпапа Людмила Станіславівна – кандидат педагогічних наук, доцент, доцент кафедри соціальної освіти та соціальної роботи Національного педагогічний університет імені М. П. Драгоманова.

Нестеренко Еліна Костянтинівна – студентка спеціальності «Журналістика» Університету митної справи та фінансів.

Нєлєпова Альона Володимирівна – кандидат педагогічних наук, доцент кафедри інформаційних систем і технологій ДВНЗ «Національний університет біоресурсів та природокористування України».

Новак Тетяна Олександрівна – аспірантка спеціальності «Соціальна робота» Національного університету «Запорізька політехніка».

Новікова Наталя Євгенівна – старший викладач кафедри соціальних технологій Національного авіаційного університету.

Новотарський Микола Євгенович – магістрант спеціальності «Психологія» Національного університету «Запорізька політехніка».

Онуфрієнко Галина Сергіївна – доктор філософії у філологічних науках, доцент, доцент кафедри українознавства та загальної мовної підготовки Національного університету «Запорізька політехніка».

Опанасенко Ольга Олександрівна – аспірантка кафедри соціальної педагогіки і соціальної роботи Ніжинського державного університету імені Миколи Гоголя.

Останіна Ніна Степанівна – кандидат педагогічних наук, доцент, доцент кафедри соціальної педагогіки і соціальної роботи Ніжинського державного університету імені Миколи Гоголя.

Островська Наталя Василівна – кандидат наук із соціальних комунікацій, доцент кафедри журналістики Національного університету «Запорізька політехніка».

Панченко Світлана Анатоліївна – кандидат філологічних наук, доцент, доцент кафедри журналістики Національного університету «Запорізька політехніка».

Пирогова Кристина Михайлівна – кандидат філологічних наук, доцент, доцент кафедри соціальних комунікацій та інформаційної діяльності Запорізького національного університету.

Плакся Максим Олегович – студент спеціальності «Право» ДВНЗ «Національний університет біоресурсів та природокористування України».

Повстенко Орина Андріївна – студентка спеціальності «Соціальна робота» Національного університету «Запорізька політехніка».

Погребна Вікторія Леонідівна – доктор філологічних наук, професор, завідувач кафедри журналістики Національного університету «Запорізька політехніка».

Полєжаєв Юрій Григорович – кандидат наук із соціальних комунікацій, доцент, доцент кафедри іноземних мов професійного спілкування Національного університету «Запорізька політехніка».

Попович Василь Михайлович – доктор філософських наук, професор, професор кафедри соціальної роботи та психології Національного університету «Запорізька політехніка».

Попович Яна Максимівна – кандидат філософських наук, доцент, доцент кафедри загальноправових та політичних наук Національного університету «Запорізька політехніка».

Прожога Ірина Валентинівна – кандидат економічних наук, доцент кафедри соціальних технологій Національного авіаційного університету.

Проніна Карина Юріївна – магістрантка спеціальності «Журналістика» Національного університету «Запорізька політехніка».

Ратушняк Аліна Сергіївна – магістрантка спеціальності «Журналістика» Національного університету «Запорізька політехніка».

Риженко Наталія Миколаївна – магістрантка спеціальності «Освітні педагогічні науки» Ніжинського державного університету імені Миколи Гоголя.

Рогова Тетяна Арнольдівна – кандидат наук із соціальних комунікацій, старший викладач кафедри журналістики Запорізького національного університету.

Рула Наталія Володимирівна – магістрантка спеціальності «Журналістика» Національного університету «Запорізька політехніка».

Савельчук Ірина Борисівна – доктор педагогічних наук, професор, професор кафедри соціальних технологій Національного авіаційного університету.

Савицька Анна Юріївна – аспірантка кафедри професійно-педагогічної, спеціальної освіти, андрагогіки та управління Житомирського державного університету імені І. Франка; соціальний менеджер КУ «Центр надання соціальних послуг» Брусилівської селищної ради.

Савчук Тетяна Григорівна – кандидат історичних наук, доцент, доцент кафедри історії України Запорізького національного університету.

Санакоєва Наталя Дмитрівна – кандидат філологічних наук, доцент, доцент кафедри соціальних комунікацій та інформаційної діяльності Запорізького національного університету.

Сейко Наталія Андріївна – доктор педагогічних наук, професор, професор кафедри соціальних технологій Житомирського державного університету ім. І.Франка.

Сенкевич Геннадій Анатолійович – кандидат наук із соціальних комунікацій, доцент, доцент кафедри журналістики Університету митної справи та фінансів.

Серга Тетяна Олексіївна – кандидат соціологічних наук, доцент, доцент кафедри соціальної роботи та психології Національного університету «Запорізька політехніка».

Серга Тетяна Олексіївна – кандидат соціологічних наук, доцент, доцент кафедри соціальної роботи та психології Національного університету «Запорізька політехніка».

Скуртул Ганна Сергіївна – кандидат філологічних наук, доцент кафедри журналістики Національного університету «Запорізька політехніка».

Слинько Родіон Олександрович – магістрант спеціальності «Журналістика» Національного університету «Запорізька політехніка».

Созонова Олександра Ігорівна – магістрантка спеціальності «Освітні педагогічні науки» Ніжинського державного університету імені Миколи Гоголя.

Соляник Марина Геннадіївна – кандидат педагогічних наук, старший викладач кафедри соціальної освіти та соціальної роботи Національного педагогічного університету імені М. П. Драгоманова.

Стадник Альона Георгіївна – кандидат соціологічних наук, доцент, доцент кафедри філософії та соціології Маріупольського державного університету.

Стасюк Василь Васильович – доктор психологічний наук, професор, професор кафедри морально-психологічного забезпечення діяльності військ (сил) Національного університету оборони України імені Івана Черняховського.

Таран Володимир Олександрович – доктор філософських наук, професор, професор кафедри соціальної роботи та психології Національного університету «Запорізька політехніка».

Тарасенко Кирил Валентинович – кандидат філологічних наук, доцент кафедри теорії та практики перекладу Національного університету «Запорізька політехніка».

Твум Кастро – студент міжнародного факультету Полтавського державного медичного університету.

Тестова Дарина Володимирівна – студентка спеціальності «Журналістика» Бердянського державного педагогічного університету.

Тимошенко Інесса Станіславівна – директор Васильківського фахового коледжу університету «Україна».

Тимченко Ілля Дмитрович – магістрант спеціальності «Журналістика» Національного університету «Запорізька політехніка».

Тонкіх Ірина Юріївна – кандидат філологічних наук, доцент, доцент кафедри журналістики Національного університету «Запорізька політехніка».

Тоткало Марія Андріївна – магістрантка спеціальностей «Соціальна робота» та «Соціальне забезпечення» Національного університету «Запорізька політехніка».

Трубавіна Ірина Миколаївна – доктор педагогічних наук, професор, доцент кафедри методології та менеджменту освіти Тернопільського обласного інституту післядипломної педагогічної освіти.

Філоненко Катерина Вікторівна – студентка спеціальності «Психологія» Національного університету «Запорізька політехніка».

Фінів Вікторія Михайлівна – кандидат філологічних наук, доцент кафедри перекладу та філології Закладу вищої освіти «Університет Короля Данила».

Фролова Дар'я Володимирівна – магістрантка спеціальності «Соціальна робота» Національного університету «Запорізька політехніка».

Хайрулін Олег Михайлович – кандидат психологічних наук, доцент кафедри морально-психологічного забезпечення діяльності військ (сил) гуманітарного інституту Національного університету оборони України ім. Івана Черняховського.

Хітрова Тетяна Володимирівна – кандидат філологічних наук, доцент, професор кафедри журналістики Національного університету «Запорізька політехніка».

Хлєбік Світлана Ростиславівна – кандидат педагогічних наук, доцент, доцент кафедри соціальної педагогіки і соціальної роботи Ніжинського державного університету імені Миколи Гоголя.

Холодній Павло Олександрович – аспірант факультету журналістики Запорізького національного університету.

Хубулова Дарина Ігорівна – магістрантка спеціальності «Журналістика» Національного університету «Запорізька політехніка».

Худавердієва Вікторія Анатоліївна – кандидат економічних наук, доцент, доцент кафедри туризму Державного біотехнологічного університету.

Цуркан Ірина Миколаївна – магістрантка спеціальності «Психологія» Національного університету «Запорізька політехніка».

Чабаненко Мирослава Вікторівна – кандидат наук із соціальних комунікацій, доцент, доцент кафедри журналістики Запорізького національного університету.

Чередниченко Олександр Юрійович – кандидат економічних наук, доцент, професор спеціальної кафедри номер 1 Інституту підготовки юридичних кадрів для Служби безпеки України Національного юридичного університету імені Ярослава Мудрого.

Чередниченко Софія Миколаївна – студентка спеціальності «Психологія» Національного університету «Запорізька політехніка».

Черепинська Лідія Валентинівна – вчитель-методист англійської мови Запорізького класичного ліцею Запорізької міської ради Запорізької області.

Чернявська Людмила Віталіївна – доктор наук із соціальних комунікацій, доцент, завідувач кафедри журналістики Запорізького національного університету.

Чернявська Юлія Павлівна – магістрантка спеціальності «Журналістика» Запорізького національного університету.

Чех Юлія Сергіївна – студентка спеціальності «Стоматологія» Полтавського державного медичного університету.

Чижевська Ірина В’ячеславівна – вчитель вищої категорії, вчитель-методист Запорізької гімназії №93.

Чорнобут Ольга Сергіївна – аспірантка Запорізького національного університету.

Швець Вікторія Андріївна – студентка спеціальності «Журналістика» Національного університету «Запорізька політехніка».

Шевченко Олена Миколаївна – кандидат педагогічних наук, доцент кафедри українознавства та гуманітарної підготовки Полтавського державного медичного університету.

Шерешкова Інга Ігорівна – ад’юнкт кафедри морально-психологічного забезпечення діяльності військ (сил) гуманітарного інституту Національного університету оборони України імені Івана Черняховського.

Шишкіна Софія Олексіївна – магістрантка спеціальності «Журналістика» Національного університету «Запорізька політехніка».

Шульженко Анжеліка Сергіївна – магістрантка спеціальності «Журналістика» Національного університету «Запорізька політехніка».

Щербина Сергій Степанович – кандидат соціологічних наук, доцент, доцент кафедри соціальної роботи та психології Національного університету «Запорізька політехніка».

Наукове електронне видання
Можна використовувати в локальному
та мережному режимах

Матеріали IV Всеукраїнської науково-практичної конференції **«Суспільство і особистість у сучасному комунікаційному дискурсі» 2 листопада 2022 р.**

Один електронний оптичний диск (DVD-ROM); супровідна документація.
Тираж 100 прим. Зам. № 826

Видавець і виготовлювач
Національний університет «Запорізька політехніка»
Україна, 69063, м. Запоріжжя, вул. Жуковського, 64
Тел.: (061) 769–82–96, 220–12–14

Свідоцтво суб'єкта видавничої справи ДК № 6952 від 22.10.2019.