



**КИЇВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ЕКОНОМІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ІМЕНІ ВАДИМА ГЕТЬМАНА**

**ФАКУЛЬТЕТ УПРАВЛІННЯ ПЕРСОНАЛОМ,
СОЦІОЛОГІЇ ТА ПСИХОЛОГІЇ**

КАФЕДРА СОЦІОЛОГІЇ

ІНСТИТУТ СОЦІОЛОГІЧНИХ ДОСЛІДЖЕНЬ

**ТРАДИЦІЇ ТА НОВАЦІЇ
У РОЗВИТКУ СУЧАСНОЇ
СОЦІОЛОГІЧНОЇ НАУКИ:
ДОСЛІДЖЕННЯ МОЛОДИХ
ВЧЕНИХ**

**Збірник матеріалів
V Всеукраїнської науково-практичної конференції
студентів, аспірантів та
МОЛОДИХ ВЧЕНИХ**

**22 лютого 2024 року
м. Київ**

**КИЇВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ЕКОНОМІЧНИЙ
УНІВЕРСИТЕТ ІМЕНІ ВАДИМА ГЕТЬМАНА
ФАКУЛЬТЕТ УПРАВЛІННЯ ПЕРСОНАЛОМ,
СОЦІОЛОГІЇ ТА ПСИХОЛОГІЇ
КАФЕДРА СОЦІОЛОГІЇ
ІНСТИТУТ СОЦІОЛОГІЧНИХ ДОСЛІДЖЕНЬ**

**ТРАДИЦІЇ ТА НОВАЦІЇ
У РОЗВИТКУ СУЧАСНОЇ
СОЦІОЛОГІЧНОЇ НАУКИ:
ДОСЛІДЖЕННЯ МОЛОДИХ ВЧЕНИХ**

*Збірник матеріалів V Всеукраїнської науково-практичної
конференції студентів, аспірантів та молодих вчених*

22 лютого 2024 р.

м. Київ

УДК 316.1

T65 Традиції та новації у розвитку сучасної соціологічної науки: дослідження молодих вчених: Зб. матеріалів V Всеукр. наук.-практ. конф. студентів, аспірантів та молодих вчених (Київ, 22 лютого 2024 р.) – Київ : КНЕУ, 2024 – 181 с.

ISBN 978-617-8310-21-9

У матеріалах V Всеукраїнської науково-практичної конференції представлений науковий доробок молодих вчених щодо пріоритетних напрямів розвитку соціологічної науки у предметному полі спеціальних та галузевих соціологій (управління, освіта, молодь, культура, економіка, соціальні та медіакомунікації, традиції корпоративної соціальної відповідальності в Україні, соціологічний вимір підприємницької діяльності, соціальні виміри повсякденності тощо).

Організатори конференції не завжди поділяють думку учасників. У збірнику максимально точно відображається орфографія та пунктуація, запропонована учасниками. Усі матеріали подаються в авторській редакції.

Розповсюджувати та тиражувати
без офіційного дозволу КНЕУ заборонено

ISBN 978-617-8310-21-9

© КНЕУ, 2024

ЗМІСТ

ДИСКУСІЙНА ПЛАТФОРМА 1

Тематичні напрямки: соціально-економічні виклики в умовах війни; соціологічний вимір досліджень у соціальній сфері; традиції та новації у ціннісних орієнтаціях сучасної молоді; соціальна антропологія: стан та виклики

БОЙКО Наталя, ЗАМАШКІНА Ольга ПСИХОЛОГІЧНІ ЧИННИКИ ЖИТТЄСТІЙКОСТІ	9
БОНДАРЕНКО Тетяна, СЕРГА Тетяна ТРАНСФОРМАЦІЙНІ ЗМІНИ У СФЕРІ СОЦІАЛЬНОЇ РОБОТИ ПІД ВПЛИВОМ РОСІЙСЬКО-УКРАЇНСЬКОЇ ВІЙНИ	12
НОРВОВ Vladislav EMPIRICAL STUDIES ON UKRAINIAN BUSINESS DEVELOPMENT DURING THE FULL-SCALE WAR	14
ЗУБАРЄВ Олександр ОСОБЛИВОСТІ АНТРОПОЛОГІЧНОГО ПІДХОДУ ДО СЕКСУАЛЬНОСТІ.....	16
КОМИШОВА Олександра САМОТНІСТЬ ЯК СОЦІАЛЬНА ПРАКТИКА В УМОВАХ СУЧАСНОСТІ.....	19
КРИЛОВА Валерія, ЗАМАШКІНА Ольга МОТИВУВАННЯ ЗАЛУЧЕННЯ МОЛОДІ ДО ВОЛОНТЕРСЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ	21
КУРІННА Єлизавета ТАЙМ-МЕНЕДЖМЕНТ ТА ЙОГО РОЛЬ У ПІДГОТОВЦІ ФАХІВЦІВ-СОЦІОЛОГІВ.....	24
КУЦЕНКО Роман ВПЛИВ СОЦІАЛЬНИХ ТА МЕДІА-КОМУНІКАЦІЙ НА ЖИТТЄДІЯЛЬНІСТЬ СОЦІУМУ	27
ЛЕЩЕНКО Павло ЗМІНА ПРОЯВІВ ДЕЛІНКВЕНТНОЇ ПОВЕДІНКИ У МІСТАХ В УМОВАХ ВІЙНИ.....	30
ЛІСНІЧУК Юрій ПРОФІЛАКТИКА ПІДЛІТКОВИХ ДЕВІАЦІЙ.....	32
МАРГОЛІНА Любов ВЗАЄМОДІЯ ГРОМАДЯНСЬКОГО СУСПІЛЬСТВА І СПІЛЬНОТИ МІЖНАРОДНИХ ДОНОРІВ ЯК КЕЙС ТЕОРІЇ СОЦІАЛЬНИХ СИСТЕМ Т.ПАРСОНСА.....	35
НОХРІНА Ірина ЖИТТЄСТІЙКІСТЬ СТУДЕНТСЬКОЇ МОЛОДІ В ПЕРІОДИ ЖИТТЄВИХ ВИКЛИКІВ ТА ТРУДНОЦІВ.....	39
РЕКАЛО Андрій ПІДГОТОВКА ФАХІВЦІВ АВІАЦІЙНОЇ ГАЛУЗІ В УМОВАХ ВОЄННОГО СТАНУ: ПРОБЛЕМИ І ТРЕНДИ.....	42
РУБАН Ася РЕАЛІЗАЦІЯ СОЦІАЛЬНИХ ПРОЄКТІВ В УМОВАХ ВОЄННОГО СТАНУ.....	45

САВЧЕНКО Михайло УГРУНТОВАНА ТЕОРІЯ ЯК МЕТОДОЛОГІЯ ЯКІСНОГО СОЦІОЛОГІЧНОГО ДОСЛІДЖЕННЯ.....	48
СМАГЛЮК Ольга СТАТЕВЕ ЖИТТЯ ЯК НЕВІД'ЄМНА СКЛАДОВА СТАНОВЛЕННЯ ОСОБИСТОСТІ: ЗАГАЛЬНОПРИЙНЯТІ НОРМИ ТА РИЗИКИ РАННІХ СТАТЕВИХ ЗНОСИН.....	51
СМІРНОВА Катерина СОЦІАЛЬНА ПОВЕДІНКА: ВИЗНАЧЕННЯ СУТНОСТІ ТА ЗАГАЛЬНА ХАРАКТЕРИСТИКА ФОРМ ПРОЯВУ.....	53
СТРІШКОВА Юлія ЖИТТЯ УКРАЇНЦІВ ЗА КОРДОНОМ ВНАСЛІДОК ПОВНОМАСШТАБНОГО ВТОРГНЕННЯ РФ НА ТЕРИТОРІЮ УКРАЇНИ.....	56
ТІССЕН Кирило ЕКСТРАСЕНСИ ЯК СОЦІАЛЬНІ АГЕНТИ МАНІПУЛЯЦІЙ МАСОВОЮ СВІДОМІСТЮ В УМОВАХ ВІЙНИ.....	58
СНАІКА Viktor TRANSFORMATION OF EVERYDAY SOCIO-ECONOMIC PRACTICES OF UKRAINIANS IN THE CONTEXT OF THE RUSSIAN-UKRAINIAN WAR.....	62

ДИСКУСІЙНА ПЛАТФОРМА 2

Тематичні напрямки: соціальні виміри повсякденності; соціологічний вимір підприємницької діяльності; європейські практики соціального партнерства та діалогу в Україні; сучасні практики соціальної відповідальності в Україні та світі

ARTEMENKO Veronika, ARTEMENKO Svitlana THE STUDENTS'S SOCIAL RESPONSIBILITY IN THE CONTEXT OF GUIDING PRINCIPLES OF SUSTAINABLE DEVELOPMENT.....	65
БАРАН Аліна РОЛЬ МІЖНАРОДНИХ ГРОМАДСЬКИХ ОРГАНІЗАЦІЙ У НАДАННІ СОЦІАЛЬНИХ ПОСЛУГ ПІД ЧАС РОСІЙСЬКО-УКРАЇНСЬКОЇ ВІЙНИ.....	68
БЄЛОВА Валерія ГЕНДЕРНА ДИПЛОМАТІЯ: НОВІ ПІДХОДИ ДО МІЖНАРОДНИХ ВІДНОСИН	70
ВОВК Таїсія ДЕМОГРАФІЧНІ ПРОЦЕСИ В УКРАЇНІ: СТАН ТА ПЕРСПЕКТИВИ.....	73
ГЕТМАН Юлія ДЕТЕРМІНАНТИ ГРОМАДСЬКО-ПОЛІТИЧНОЇ АКТИВНОСТІ ОНЛАЙН.....	75
ГОРБОВА Юлія ЦІЛІ СТАЛОГО РОЗВИТКУ ООН В КОНТЕКСТІ ПОШИРЕННЯ ПРАКТИК СОЦІАЛЬНО ВІДПОВІДАЛЬНОГО БІЗНЕСУ.....	78
ГРУБА Оксана РОЛЬ СОЦІАЛЬНОГО ПІДПРИЄМНИЦТВА У ВИРІШЕННІ СОЦІАЛЬНИХ ПРОБЛЕМ В УМОВАХ ВІЙНИ.....	81

ЄРЕМЕНКО Андрій	
МОТИВАЦІЯ ВОЛОНТЕРІВ В УМОВАХ РОСІЙСЬКО-УКРАЇНСЬКОЇ ВІЙНИ...	83
КАЛИНОВСЬКА Дар'я	
ІНТЕРПРЕТАЦІЯ ІДЕНТИЧНОСТІ В СОЦІОЛОГІЧНОМУ ДИСКУРСІ.....	88
КОЗАЧОК Тетяна	
ОСНОВНІ КОНЦЕПЦІЇ ЕТИКЕТУ МІЖНАРОДНИХ ПЕРЕГОВОРІВ.....	91
МОЛОЦІЯН Анастасія	
ГРОМАДЯНСЬКА ІДЕНТИЧНІСТЬ У ПОВСЯКДЕННОМУ ВІДТВОРЕННІ ІДЕНТИЧНОСТІ НАЦІОНАЛЬНОЇ.....	93
ONISHCHUK Illia	
FEATURES OF THE DEVELOPMENT OF RESTAURANT BUSINESS IN THE NETHERLANDS (INNOVATIVE EXPERIENCE FOR UKRAINE).....	96
POZNIИ Oleksandr	
TRANSFORMATION OF EVERYDAY PRACTICES IN CELEBRATING PUBLIC AND RELIGIOUS HOLIDAYS IN UKRAINE.....	98
ПОПОВ Андрій	
ШЛЯХИ ПРИТЯГНЕННЯ АГРЕСОРА ДО МАТЕРІАЛЬНОЇ ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ: СВІТОВІЙ ТА ВІТЧИЗНЯНИЙ ДОСВІД.....	101
ХОТЯЧУК Анна	
ПРІОРИТЕТНІ НАПРЯМИ ПРАКТИЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ СОЦІАЛЬНОЇ ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ БІЗНЕСУ У ПЕРІОД ВОЄННИХ ДІЙ.....	104

ДИСКУСІЙНА ПЛАТФОРМА 3

Тематичні напрямки: вплив соціальних та медіа-комунікацій на життєдіяльність соціуму

ГОНЧАРОВА Станіслава	
ВПЛИВ ІНФОРМАЦІЙНОЇ ВІЙНИ НА ВЗАЄМОДІЮ МАС-МЕДІА З АУДИТОРІЄЮ.....	106
DEMENTIEV Dmytro	
THE INFLUENCE OF THE TECHNOLOGICAL DIMENSION OF GLOBALIZATION ON THE EMERGENCE OF NEW MODELS OF SOCIAL COMMUNICATIONS.....	109
ДЯДЮРА Карина	
ВПЛИВ ПРОПАГАНДИ НА ГРОМАДСЬКУ ДУМКУ В УМОВАХ ВІЙНИ.....	112
КОЛОМІЄЦЬ Валерія	
ВПЛИВ СОЦІАЛЬНИХ ТА PR-КОМУНІКАЦІЙ НА РІВЕНЬ ЗАЛУЧЕНОСТІ НОВИХ ПАРТНЕРІВ КОМПАНІЇ.....	115
КОПАНЧУК Тетяна	
ВЛОГІНГ: МІСЦЕ І РОЛЬ В СУЧАСНОМУ ІНФОРМАЦІЙНО-КОМУНІКАТИВНОМУ ПРОСТОРІ.....	118
КРАСНИКОВ Максим	
ПОШИРЕННЯ МЕДІАКОНТЕНТУ ЧЕРЕЗ ІМ-ПЛАТФОРМИ: КОНЦЕПТУАЛЬНІ ЗАСАДИ ДОСЛІДЖЕННЯ.....	121

МАМАЙ Софія	
РОЛЬ ЗАСОБІВ МАСОВОЇ КОМУНІКАЦІЇ У ФОРМУВАННІ ЦІННІСНИХ ОРІЄНТАЦІЙ МОЛОДІ.....	124
МОЛОТСІАН Valeriia	
ACTION NARRATIVES AS A TOOL FOR ANALYZING THE LIVELIHOOD OF THE SOCIETY.....	127
НЕЧИПОРЕНКО Марта	
ОСОБЛИВОСТІ ВИСВІТЛЕННЯ ОБРАЗУ ВЕТЕРАНІВ І ВЕТЕРАНОК В УКРАЇНСЬКОМУ МЕДІАПРОСТОРІ.....	131
ПЕЧИНСЬКИЙ Роман	
ВПЛИВ ІНФОРМАЦІЙНОГО КОНТЕНТУ НА СОЦІАЛЬНУ ПОВЕДІНКУ.....	134
ПШЕНИЧНА Валерія	
ТЕХНОЛОГІЧНИЙ АСПЕКТ ДЕВІАНТНОЇ ПОВЕДІНКИ.....	136
РЕВНЮК Людмила	
PR-ТЕХНОЛОГІЇ ЯК ЕЛЕМЕНТ КОМУНІКАТИВНОГО ПРОСТОРУ.....	139
СМІЮХА Альона	
МЕДІАСПОЖИВАННЯ В ІНФОРМАЦІЙНОМУ СУСПІЛЬСТВІ: КЛЮЧОВІ АСПЕКТИ.....	142
СНІГУР Ельвіра	
ДЕФІНІЦІЇ ТА КЛАСИФІКАЦІЯ СОЦІАЛЬНОЇ РЕКЛАМИ ЯК СУСПІЛЬНОГО ЯВИЩА.....	144
ШИМАНОВСЬКА Аня	
ПІДТРИМКА ВИМУШЕНИХ МІГРАНТІВ У СВІТЛІ МІЖНАРОДНОГО ДОСВІДУ.....	147

ДИСКУСІЙНА ПЛАТФОРМА 4

Роботи номінантів конкурсу студентських есе, ініційованого дослідницькою компанією «Active Group» за підтримки Київського відділення Соціологічної Асоціації України
«СОЦІАЛЬНІ ІДЕЇ, ЩО ЗМІНЮЮТЬ СВІТ: STEP-UP STRATEGY»

БОЙМИСТРУК Софія	
МАНІПУЛЯТИВНІ ТЕХНОЛОГІЇ В УКРАЇНСЬКИХ МЕДІА ПІД ВПЛИВОМ РОСІЙСЬКО-УКРАЇНСЬКОЇ ВІЙНИ.....	150
ГЛУХЕНЬКА Марія	
ТА ЧИ ПРАВДА, ЩО МОВА - ЦЕ НЕВІД'ЄМНИЙ ЧИННИК ПАТРІОТИЗМУ?....	153
ДЕМЕНТЬЄВ Дмитро	
КОМУНІКАЦІЇ ПІД ЧАС ВІЙНИ.....	155
ДРУЖЧЕНКО Марія	
КОМФОРТНЕ МІСТОТВОРЕННЯ, СПОЧАТКУ БАГАТОПОВЕРХІВКА ЧИ ТРАНСПОРТНА РОЗВ'ЯЗКА.....	157

КЛИМЕНКО Уляна РОЛЬ КОМУНІКАЦІЙ У ФОРМУВАННІ СПРИЯТЛИВОГО СОЦІАЛЬНОГО КОНТЕКСТУ.....	159
КУЦЕНКО Роман СПОЖИВАННЯ У ЦИФРОВІ ЧАСИ.....	162
МАЛЬЦЕВА Валерія ІНФОРМАЦІЙНА ВІЙНА РОСІЇ ПРОТИ УКРАЇНИ ЧЕРЕЗ СОЦІАЛЬНІ МЕРЕЖІ.....	164
МАМАЙ Софія КОМУНІКАЦІЇ У МЕДІА ЯК ІНСТРУМЕНТ СОЦІАЛЬНИХ ЗМІН.....	167
ОСТРОУШКО Іван ОСОБЛИВОСТІ ІНФОРМОВАНостІ СУСПІЛЬСТВА ТА МЕТОДИ БОРОТЬБИ З ДЕЗІНФОРМАЦІЄЮ.....	169
ПЕЧИНСЬКИЙ Роман ДЕЗІНФОРМАЦІЯ В ІНФОРМАЦІЙНОМУ ПРОСТОРІ ТА ЯК ЇЇ ПРОТИДІЯТИ?	171
РЕВНЮК Людмила ОСОБЛИВОСТІ ВПЛИВУ СУЧАСНИХ КОМУНІКАЦІЙ НА ЕФЕКТИВНІ СОЦІАЛЬНІ ЗМІНИ.....	175
СМІЮХА Альона ЛЕГАЛІЗАЦІЯ МЕДИЧНОГО КАНАБІСУ	177

ДИСКУСІЙНА ПЛАТФОРМА 1

Тематичні напрямки: соціально-економічні виклики в умовах війни; соціологічний вимір досліджень у соціальній сфері; традиції та новації у ціннісних орієнтаціях сучасної молоді; соціальна антропологія: стан та виклики

Бойко Наталя

здобувачка освітнього рівня «магістр»
факультету управління, адміністрування
та інформаційної діяльності
*Ізмаїльський державний
гуманітарний університет, Україна*

Замашкіна Ольга

кандидат педагогічних наук, доцент
кафедри права і соціальної роботи
*Ізмаїльський державний
гуманітарний університет, Україна*

ПСИХОЛОГІЧНІ ЧИННИКИ ЖИТТЄСТІЙКОСТІ

Поняття життєстійкості, як суб'єктного феномена особистості, було присутнім впродовж усієї людської історії, але як психологічний феномен його почали вивчати відносно недавно.

Численні події минулого дають нам змогу стверджувати з цілковитою впевненістю, що життєстійкість особистості за умов екстремальних ситуацій не є обов'язковою позитивною характеристикою кожної людини як суб'єкта, історичні епізоди різноманітних війн сповнені прикладами як цілковитої відсутності життєстійкості (жертвність і безпомічність) в окремих індивідів, що об'єктивно не є особистостями, так і яскравих фактів прояву досліджуваного феномена у значної частини людства (героїзм). У цьому разі необхідно підкреслити, що притаманна особистості життєстійкість у повсякденний період зазвичай трансформується в екстремальній ситуації, у даному разі в передвоєнний і воєнний періоди, коли відбувається психологічний процес перебудови можливостей і мобілізація наявних властивостей особистості на боротьбу з об'єктивними загрозами існування, або має трансформуватися за наявності компонентів досліджуваного психологічного феномена.

У цьому разі доречно виокремити активність як одну з реальних суб'єктних засад життєстійкості особистості, котра, на відміну від пасивності, дає змогу людині впливати на своє власне життя і на навколишнє середовище, до того ж саме активність дає змогу успішно боротися з внутрішнім напруженням в екстремальних ситуаціях.

Найважливішою суб'єктною характеристикою життєстійкості багато вчених виокремлюють стійкість, що дає змогу індивідові мати надійну й послідовну поведінку як у повсякденному житті, так і в екстремальних ситуаціях. Відповідно, нестійкість є основою безладної та неорганізованої поведінки, що становить навіть небезпеку для оточення. У цьому разі необхідно відзначити факт зниження психологічної стійкості значної частини населення, пов'язаної зі ступенем активності та досягненнями цивілізації, які дають змогу жити індивіду непомітним життям, нічим не виділяючись і навіть «маскуючись».

Розмірковуючи про життєстійкість як про явище і феномен, можна охарактеризувати її як здатність особистості до подолання самої себе. Необхідно зазначити, що всі компоненти життєстійкості виглядають дещо егоїстично, оскільки говорити про суспільну життєстійкість групи людей у цьому разі неможливо, зважаючи на те, що вона складається з особистісних якостей життєстійкості кожної людини або особистості, які, своєю чергою, впливають на суспільне суспільство [Коkun, 2020: с. 67].

Наступною необхідною якісною суб'єктною характеристикою життєстійкості є адаптаційна здатність особистості до змін. За відсутності сили волі, знань, адаптаційних здібностей, пасивно дивлячись на навколишній світ, пливучи хвилями побутової сірості та повсякденності, індивід не зможе сам ухвалити правильного рішення для зміни своїх життєвих умов, аж доки його не примусять чи зовнішні умови не зміняться такою мірою, що тільки безвихідна ситуація буде етапом змін, але які, як правило, не завжди бувають позитивними.

Необхідно зазначити, що всі суб'єктні компоненти й характеристики життєстійкості спрямовані на збереження душевного і фізичного спокою, що своєю чергою важливо для фізичного здоров'я особистості. Життєстійкість якоюсь мірою слугує активною завісою між психічним станом суб'єкта і стресовими явищами, яких у зовнішньому світі, що оточує суб'єкта, значно побільшало з розвитком цивілізаційних процесів, що породжують критичні ситуації, що впливають на життєстійкість особистості із завидною частотою, особливо останніми роками. Життєстійкість як сутнісна суб'єктна характеристика особистості нині може слугувати ступенем зміни психосоматичних можливостей суб'єкта, що визначає наявність компонентів життєстійкості або цілковиту патологію людських можливостей за відсутності прагнення до суб'єктних характеристик життєстійкості. Як наголошувалося вище, цілком очевидним і поширеним явищем стає відсутність у більшості суб'єктів прагнення впливати на своє майбутнє не тільки у стресовій ситуації, а й у повсякденному житті. Виокремлюючи високу життєстійкість у найпозитивніші психологічні показники особистості, можна з упевненістю стверджувати, що суспільно-політичний лад, який має у своєму складі більшість суб'єктів із яскраво вираженими здібностями до життєстійкості,

представляє особливу формацію особистостей, завжди готових до практичної діяльності з опору реальності, яка склалася, що є важливим показником особистісного потенціалу людських можливостей [Лазос, 2018: с. 37].

Своєю чергою, високий рівень життєстійкості особистості є найважливішою складовою, що стимулює успішну адаптацію в стресових ситуаціях і в боротьбі з депресивним станом, що зайвий раз свідчить про взаємозв'язок усіх особистісних якостей для динамічного розвитку особистості [Хамініч, 2016: с. 161].

Життєстійкість, як найважливіша суб'єктна характеристика особистості, не може мати однакові психологічні показники і залежить від особливостей психологічного розвитку будь-якого індивіда, що закладаються, як правило, в період становлення особистості. Сьогодні, за часів практично відсутньої ідеології, дуже важко знайти гідну опору для гармонійного розвитку людини як особистості. Підміна гідних суспільних людських якостей різноманітними егоїстичними поняттями, притаманними існуючому ладу, негативно впливає на ресурсні можливості будь-якої особистості, спрямованої передусім на збагачення, у зв'язку з чим життєстійкість як психологічний феномен втрачає свої функціональні якості і вже не вважається найважливішою суб'єктною характеристикою особистості. Саме тому соціальна психологія нині приділяє недостатньо уваги вивченню найрізноманітніших соціальних груп та їхньої життєстійкості як суб'єктної характеристики особистості, що призводить до перевищення природного убутку населення і катастрофічного зменшення активності громадян, які, своєю чергою, призводять до депресивного стану основних економічних і політичних показників у країні.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Коқун О. М. Професійна життєстійкість особистості: аналіз феномена. Актуальні проблеми психології : збірник наукових праць Інституту психології імені Г. С. Костюка НАПН України. Том. V: Психофізіологія. Психологія праці. Експериментальна психологія. 2020. Випуск 20. С. 67–81.
2. Лазос Г. П. Резильєнтність: концептуалізація понять, огляд сучасних досліджень. Актуальні проблеми психології. Том 3: Консультативна психологія і психотерапія. Інститут психології імені Г. С. Костюка НАПН України; Вінниця, ФОП Рогальська І. О., 2018. Вип. 14. С. 26–64.
3. Хамініч О. М. Резильєнтність: життєстійкість, життєздатність або резильєнтність? Науковий вісник Херсонського державного університету. Серія «Психологічні науки». Вип. 6. Т. 2. 2016. С. 160–165.

Бондаренко Тетяна

здобувачка 4 року навчання факультету соціальних наук
Національний університет «Запорізька політехніка», Україна

Серга Тетяна

доцент кафедри «Соціальна робота», к.соц.н., доцент
Національний університет «Запорізька політехніка», Україна

ТРАНСФОРМАЦІЙНІ ЗМІНИ У СФЕРІ СОЦІАЛЬНОЇ РОБОТИ ПІД ВПЛИВОМ РОСІЙСЬКО-УКРАЇНСЬКОЇ ВІЙНИ

У час повномасштабної війни росії проти України велика чисельність громадян потрапили у складні життєві обставини, зокрема стали біженцями, внутрішньо переміщеними особами (ВПО) або втратили роботу чи житло. Так, за інформацією Мінсоцполітики в Україні офіційно зареєстровано 4,9 мільйона осіб із числа ВПО.

Війна стала справжнім викликом для соціальної сфери в Україні. У час війни професійна соціальна робота розширює напрями, методи і форми роботи, які, з одного боку, ґрунтуються на багаторічному досвіді, в тому числі міжнародному, з іншого – формується феномен української соціальної роботи на засадах морального обов'язку, взаємопідтримки, відданості кожного громадянина у поєднанні з професійною діяльністю фахівців соціальної роботи.

Фактично в умовах війни основним методом соціальної роботи є робота в громаді – розвиток соціальних зв'язків у місцевій громаді, організація системи взаємодопомоги та кооперації певної групи людей, розробка, впровадження та оцінка ефективності різних соціальних програм, що пов'язані з потребами чи інтересами населення.

Українською дослідницею Т. Семигіною визначено рівні сучасної соціальної роботи: макросистема (економічний, культурний, політичний, соціальний контекст, екологія, суспільна дискримінація тощо); мезосистема (взаємодії між елементами); соціальні мікросистеми (сім'я, близькі люди, робота, школа, структури в громаді); індивід (вік, стать, сексуальна орієнтація, темперамент, стан здоров'я, переживання травми, негативний досвід, специфічні потреби). На основі визначених складових можемо віднести соціальну роботу в громаді в умовах війни до соціальної роботи на мікрорівні, що здійснюється найближчим оточенням людини та самоорганізацією громади у вирішенні складних життєвих обставин.

Основним механізмом виведення громадян зі складних життєвих обставин (окрім грошової допомоги) є надання соціальних послуг.

Забезпечення надання основних, найбільш затребуваних соціальних послуг здійснюється органами місцевого самоврядування територіальних громад, а в місті Запоріжжя – міською або районними адміністраціями.

Водночас війна потребувала внесення змін до систем та процедур надання послуг. Тому Парламент та Уряд із початком повномасштабної війни вніс зміни до законодавства, що регулює організацію надання соціальних послуг.

Тому виникає необхідність в аналізуванні та систематизації нових даних та інформації, що постійно надходять.

Більш актуальним є розкриття цієї теми за рахунок:

1. Дослідження особливості організації надання соціальних послуг під час війни.
2. Аналізу та систематизації інформації про внесення змін до законодавства, що регулює організацію надання соціальних послуг.
3. Проведення аналізу щодо передачі надавачам послуг права приймати рішення щодо надання послуг кризово/екстрено.

Особливе місце займає аналіз та систематизація інформації про внесення змін до законодавства, що регулює організацію надання соціальних послуг. Оскільки у час війни постійно вносяться зміни до законодавства, також приймаються нові закони.

Український досвід соціальної роботи засвідчує, що окремим суб'єктом допомоги в умовах війни є громадяни, які самоорганізуються у громадах, підтримують моральний стан вірою і своїм баченням справедливості. Основними формами самопомоги є: збирання харчів (виготовлення тушонки, випічка пиріжків, вироблення вареників, заготівля овочів та фруктів), організація обідів, масова ініціатива плетіння сітки, збирання ліків, одягу, підтримка військових, переміщених людей, а особливо моральна підтримка і віра.

Отже, важливими суб'єктами соціальної роботи в громаді в умовах військового стану є органи місцевого самоврядування, державні соціальні служби, волонтерські громадські організації та самі жителі громади. Перспективними напрямками дослідження виступають питання психологічної підтримки в умовах військового стану в громаді, соціальної роботи з дітьми та молоддю, надання допомоги переміщеним людям, самотнім, військовослужбовцям та їхнім родинам.

Така практика українського народу потребує узагальнення задля презентації національного досвіду збереження територіальної цілісності на всіх рівнях і у всіх сферах, в тому числі і в сфері соціального захисту.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Міністерство соціальної політики України : офіційний веб-сайт. URL: <https://www.msp.gov.ua> (дата звернення: 05.02.2024).
2. Сучасна соціальна робота. Київ : Академія праці, соціальних відносин і туризму, 2020. 275 с.

Vladyslav Horbov

Ph.D. in Sociology,
Associate Professor of Sociology Department,
*Kyiv National Economic University
named after Vadym Hetman, Ukraine*

EMPIRICAL STUDIES ON UKRAINIAN BUSINESS DEVELOPMENT DURING THE FULL-SCALE WAR

The nuances of business development during wartime have become a crucial area of scientific investigation. Analyzing the features of business adaptation to crisis conditions enables the formulation of prognostic models for the future integration of business enterprises into the global economic system. The stability and efficiency of Ukraine's business environment during times of war are crucial for ensuring regional stability and promoting European development. The outbreak of hostilities has led to a new socio-economic phenomenon: businesses relocating, and their representatives are seeking effective solutions to restore operations and adapt to the crisis conditions. Studying the impact of the Ukrainian war on business development yields valuable insights and experience for other nations and business groups encountering comparable challenges.

In our opinion, it is extremely relevant to study the chosen issue in an interdisciplinary discourse and use scientific approaches for its research at the intersection of economic sciences and sociology. We have chosen media monitoring potential and the functionality of desk research as the methodological basis for processing the materials. So, let's try to illustrate the general features of business development in the context of war using various empirical data.

One of the characteristics of the functioning of Ukrainian business before the war was the influence of certain oligarchic structures (which is partly inherent in Ukrainian society today). Oligarchic capital in Ukraine poses significant risks to the economy and society. Its concentration in highly regulated industries and monopolies creates additional costs for consumers and limits competition.

The war in Ukraine has affected economic development and the implementation of anti-oligarchic measures. Although it has postponed the implementation of the anti-oligarchic law, it

has also forced the authorities to take more radical steps against the oligarchs and their assets. At present, it is important to apply effective methods of de-oligarchization, considering the shortcomings of the measures already taken.

In general, business development in times of war requires a comprehensive analysis and coordinated measures by the government, the business community, and civil society to ensure stability and reduce the influence of oligarchs on the economy and society, taking into account the impact of military operations [1].

For a characterization of the chosen theme, let's look at the results of a sociological survey conducted in September 2023, which examines the state and needs of businesses in times of war. Positive trends are evident, as the indicator for the expected improvement in the financial situation of companies increased from -0,7% in June 2022 to +8,2% in August 2023. However, some negative factors hindering the development of entrepreneurial activity have also been identified.

The lack of predictability in the development of the situation in Ukraine is a major concern, with 56,2% of respondents citing this issue. The country's political and social instability can create uncertainty among businesspeople. Another significant concern is the unpredictable decisions and actions of government agencies, which can have a negative impact on the business landscape (47,7%). Additionally, 47,6% of respondents noted a decrease in financially stable customers, likely a result of economic instability and declining consumer demand.

There is a shortage of skilled workers, as reported by 34,3% of respondents, primarily due to population migration and men being mobilized to defend the country. Military events also have the potential to decrease investment and jeopardize enterprise liquidity. According to 30,7% of those surveyed, access to financial resources and support mechanisms could be critical to the survival and recuperation of businesses. Currently, Ukrainian enterprises are concentrating on sustaining the battle against corruption while executing tax and judicial transformations [2].

The compartment of different sources of statistical data analysis provides the real information about the particular business needs in Ukraine, providing the background for development of the appropriate activities to overcome the existing challenges.

In summary of the statistical data analysis representing the state and prospects of Ukrainian business development in the war, it is essential to examine some key characteristics. Notwithstanding significant economic challenges linked to the destruction of production facilities, limited access to skilled personnel and an overall unstable economic environment, Ukrainian entrepreneurs are endeavoring to adjust to new challenges. Support from government agencies and international investors has a significant impact on this. In general, entrepreneurs are rather positive about developing their businesses and the possibilities of restoring Ukraine's economic system and infrastructure

REFERENCES

1. Centre for Economic Strategy. Oligarchic Ukrainian capital. Research. (2022). Retrieved from: <https://ces.org.ua/oligarchic-ukrainian-capital-research/>
2. "The state and needs of business in times of war" Advanter Group. (September 2023). Retrieved from: <https://www.ukrinform.ua/rubric-economy/3673134-biznes-nazvav-osnovni-pereskodi-dla-svogo-vidnovlenna-v-umovah-vijni.html>

Зубарєв Олександр

доцент кафедри соціології
соціологічного факультету
*Харківський національний університет
імені В.Н. Каразіна, Україна*

ОСОБЛИВОСТІ АНТРОПОЛОГІЧНОГО ПІДХОДУ ДО СЕКСУАЛЬНОСТІ

Відомий соціолог І. Кон вважав, що існує два основних підходи до тлумачення сексуальності: есенціалізм та конструктивізм. Есенціалісти розуміють стать та сексуальність як природні, універсальні, незмінні та об'єктивні сутності, тобто культура хоча й може на них впливати, цей вплив є поверхневим. Конструктивісти дотримуються протилежної точки зору і вважають, що стать та сексуальність визначаються культурою та змінюються протягом історії. Міждисциплінарну науку про сексуальність – сексологію, на думку І. Кона, можна уявити як трикутник, сторони якого уособлюють три основні теоретичні орієнтації: біолого-еволюційну, соціологічну та психологічну [Кон, 1991]. Ця типологія є однією з найбільш вдалих, оскільки привносить необхідну ясність, але чи є вона повною?

У книзі «Людська сексуальність: біологічна, психологічна та культурна перспективи» американські вчені Енн Болін та Патриція Велехан запропонували розглядати антропологію як єдину методологічну базу для вивчення сексуальності [Болін та Велехан, 2009: с. 22]. Оскільки І. Кон не виокремлює антропологію як теоретичну орієнтацію, варто звернутися до роботи цих авторів, щоб зрозуміти, у чому полягає специфіка антропологічної перспективи у вивчення людської сексуальності.

Е. Болін та П. Велехан вважають антропологічний підхід міждисциплінарним, що передбачає вивчення сексуальності в біологічному, психологічному, соціологічному аспектах, жоден із яких не розглядається як головний. У темпоральному та просторовому вимірах, на відміну від соціології, антропологія охоплює великий спектр суспільств від

давніх до сучасних, від простих до складних, не обмежуючись виключно сучасними західноєвропейськими суспільствами, що додає розуміння людської сексуальності як феномену культури [Болін та Велехан, 2009: с. 22]. Ключовими концепціями для антропології є теорія еволюції, концепція культури, етноцентризму та культурного релятивізму [Болін та Велехан, 2009: с. 28]. Парадигмальними є дослідження сексуальності в роботах таких авторів, як Б. Маліновський, Р. Бенедикт, М. Мід, К.С. Форд і Ф.А. Біч, М.К. Мартін та Б. Вурхіс, С.Г. Фрейзер та інші.

Важливість антропологічного підходу до сексуальності полягає в тому, що в його рамках розвивається розуміння сексуальності як багатоаспектного феномену, що коріниться в біології людини. Це відрізняє його від соціологічного підходу, у рамках якого зазвичай ігнорується біологічний аспект, а якщо розглядається, то лише з метою критики біологічного редукціонізму. Водночас, на відміну від біології, антропологія визнає, що біологія лише частково визначає сексуальність людини та жорстко не детермінує поведінку людей, відіграючи, скоріше, роль гнучкої біологічної бази, на основі якої формуються наша поведінка. Культура засвоюється людиною у процесі соціалізації, але ця здатність – бути культурними істотами – результат довгої та багато в чому унікальної біокультурної та психологічної еволюції людей як виду. Відтак, з точки зору антропології, біологія підтримує нашу здатність бути людьми і не протиставляється культурі [Болін та Велехан, 2009: с. 15 – 16].

Е. Болін та П. Велехан пропонують бачення культури в термінах архітектури. Ми можемо уявити собі культуру як будинок. Фундамент – це наша біологія, включно з еволюцією та фізіологією. Перший поверх – це основа розуміння того, що культурна різноманітність залежить від способу, яким люди адаптуються до навколишнього середовища, тобто як заробляють на життя, їхньої технології та економіки. Каркас будинку – це соціальна система, включно з соціальною організацією та соціальною структурою, на які впливає адаптація до середовища існування. Соціальна система впливає на те, як люди пристосовуються одне до одного, тобто як заробляють на життя, хто контролює засоби виробництва і хто має владу в суспільстві. Дах будинку – це ідеологічна та ціннісна системи, система вірувань та значень, яка включає експресивні елементи культури, такі як мистецтво, обряди, музику, міфи, космологію, фольклор, а також елементи, які можна віднести до соціальної культури: нормативні очікування, гендерні ролі, шлюбні звичаї тощо. Антропологічна перспектива передбачає, що фундамент, каркас і дах взаємопов'язані частини культурної цілісності [Болін та Велехан, 2009: с. 15 – 19]. Водночас, цей будинок також є метафорою людської сексуальності, оскільки вона – частина культури. Ми можемо говорити про сексуальність на рівні фундаменту, тобто з точки зору еволюції, анатомії та

фізіології людини; каркасу, враховуючи гендерну стратифікацію суспільства, структуру шлюбу; даху, тобто норм сексуальної культури, цінності репродуктивної поведінки тощо.

Е. Болін та П. Велехан наводять приклад із дошлюбним сексом. У деяких культурах дошлюбний сексуальний досвід сприймається позитивно, як розвага. Наприклад, такою була культура на Самоа [Mead, 1928]. Значення, яке надається дошлюбному сексу, є частиною культури суспільства та не є випадковим, а обумовлено його соціальною системою. Матрилінійна соціальна організація корелює з позитивним ставленням до дошлюбного сексуального досвіду, а патрілінійна – з обмеженнями дошлюбної сексуальності. Як це було, наприклад, у традиційній культурі українців, яка досить сильно обмежувала дошлюбний сексуальний досвід. Для того, щоб пояснити цей зв'язок, ми можемо звернутися до аналізу того, як суспільство адаптується до навколишнього середовища, тобто як люди виживають у певних умовах. Чим складніше суспільство, тим більша ймовірність того, що в ньому існуватимуть обмеження дошлюбної сексуальності. Відтак, суспільства мисливців-збирачів та матриліїїних садівників мають більшу схильність до позитивного ставлення до дошлюбної сексуальності, ніж сільськогосподарські суспільства [Болін та Велехан, 2009: с. 15 – 19]. У рамках антропологічної перспективи можливим є звернення до біологічних пояснень. Говорячи про свободу дошлюбної сексуальності серед збирачів, варто враховувати таку змінну, як підліткова стерильність – період безплідності серед молодих жінок після початку менструації. Якщо жінки не стають фертильними одразу після першого менархе – і до кінця підліткового віку, то це означає, що молоді люди можуть вивчати свою сексуальність без ризику незапланованої вагітності, що можна розглядати як біологічну передумову позитивного ставлення до дошлюбного сексуального досвіду. У таких суспільствах перша вагітність не настає одразу після початку статевого життя [Montagu, 1946].

Таким чином, антропологічна перспектива певною мірою конкурує з сексологією, оскільки пропонує погляд на людську сексуальність як багатоаспектне явище. Архітектурна метафора, до якої вдаються Е. Болін та П. Велехан дозволяє унаочнити взаємозв'язок та взаємозалежність між різними аспектами сексуальності, оскільки, справді, будинок є цілісністю. Людська сексуальність – частина цього будинку, культурної цілісності. Її дослідження можна розпочати як з біологічного, так і психологічного або культурного аспекту, концентруючись на одному із них або реалізуючи міждисциплінарний підхід. І хоча будь-яку метафору не слід сприймати занадто серйозно, зрештою, порівняння – це лише підпорка для мислення, яка не є доказом, антропологія привносить розуміння взаємозалежності між різними аспектами людської сексуальності, які в межах сексології часто розглядаються ізольовано.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Кон І.С Вступ до сексології / Ігор Семенович Кон. – Київ: Либідь 1991. – 304 с.
2. Bolin A. Human Sexuality: Biological, Psychological, and Cultural Perspectives / A. Bolin, W. Patricia. – New York: Taylor & Francis Group, 2009. – 304 p.
3. Mead M. Coming of Age in Samoa. A Psychological Study of Primitive Youth for Western Civilisation / M. Mead – New York: William Morrow and Co. 1928. – 297 p.
4. Montagu A. Adolescent Sterility: A Study in the Comparative Physiology of the Infecundity of the Adolescent Organism in Mammals and Man / A. Montagu – Illinois: Springfield Charles Thomas; 1st edition (January 1, 1946).

Комишова Олександра

аспірантка факультету географії, туризму та історії
Криворізький державний педагогічний університет, Україна

САМОТНІСТЬ ЯК СОЦІАЛЬНА ПРАКТИКА В УМОВАХ СУЧАСНОСТІ

Явище самотності завжди викликало в соціумі непідробний інтерес та залишається актуальною темою для будь-якої епохи. Через що породжувало нові ідеї, спірні роздуми та дослідження, які знайшли своє відображення у фундаментальних працях, творах багатьох діячів науки та культури (Р. Вейс, Д. Рісмен, Д. Дефо, Е. Гідденс, Ф. Слейтер, Ф. Ніцше, А. Камю, Н. Паніна, Є. Головаха, М. Мовчан тощо).

Панує думка, що самотність – одна з гострих проблем людства, але є необхідним життєвим досвідом особистості. Самотність як соціальна практика (роль якої в суспільстві вивчали М. Фуко, П. Бурд'є, Е. Гоффман, Дж. Серль, А. Реквіц, Р. Конелл) увійшла в наше повсякденне життя. Якщо раніше її усвідомлювали лише представники певних груп населення, то зараз активізувався новий етап її прийняття та дослідження. Зокрема, з розвитком нових технологій, які допомагають нам залишатися на зв'язку віртуально, але з тим, відлучають від живого спілкування. Карантинні обмеження під час пандемії призвели до того, що багато людей були змушені ізолюватися вдома. Це могло посилити відчуття самотності, особливо у осіб, які живуть самі, або тих, хто вже відчував себе самотньо.

З давніх часів існують змішані думки та уявлення щодо самотності. Слід апелювати до праць вчених, які намагалися відхилити запону над актуальною дотепер темою. Одні знавці бачать у цьому не лише певний стан, а як усвідомлений спосіб життя, можливість до

самореалізації, самопізнання, духовного та творчого розвитку, розуміння соціуму та своїх ресурсів (М. Бубер, С. К'єркегор, А. Шопенгауер, Е. Кляйненберг), інші – як одну з проблем сучасності, що може призвести до аномії, соціальної ізоляції, втрати себе, як частини суспільства, роз'єднаності з навколишнім світом (Е. Дюркгейм, Е. Фромм, Р. Патнем, Р. Мертон).

Н. Хамітов розглядає самотність (зовнішню і внутрішню, їхню взаємодію та особливості), як екзистенційний феномен. Він досліджував питання чи завжди самотність є стражданням та як вона впливає на людське буття. Також вводить поняття метаантропології, що дозволяє розглядати самотність як частину буття та комунікації [Хамітов, 2017].

У своїй праці Л. Свендсен не пропонує конкретних відповідей на питання, як подолати самотність, але допомагає краще зрозуміти це складне почуття. Він розглядає самотність як внутрішнє відчуття, соціальний стан та навіть як можливу генетичну особливість. Автор розрізняє «добру» й «погану» самотність, вказуючи, що проблема сучасного світу полягає не в надлишку «поганої» самотності, а в недостатній кількості «доброї» [Свендсен, 2017].

Як правило людей лякає не сама самотність, а те, що за нею ховається. Неприйняття себе та реалій життя, тривала хвороба, стрес, непорозуміння з оточенням, що супроводжується відчуття самотності у натовпі, втрата орієнтирів, зв'язків, криза у стосунках, кар'єрі тощо. Всі ці чинники можуть викликати відчуття соціальної відчуженості, ізоляції, а з ним самотності.

Реалії сьогодення дають нову поживу для наукових роздумів та досліджень. Мільйони українців з початком повномасштабного вторгнення були вимушені покинути власні домівки, родичів та друзів, втративши при цьому звичне коло спілкування, дохід, спосіб життя та змінили традиційний формат взаємодії із соціальним оточенням.

У закордонній та вітчизняній соціології створено суттєву теоретико-методологічну базу для аналізу самотності як соціальної практики, проте не набули належного висвітлення питання її сутності, форм прояву та детермінант в умовах військових дій. Метою нашого дослідження є теоретичний аналіз та емпіричне з'ясування впливу самотності, як соціальної практики на особистість під час війни.

Отже, дана тема з огляду на її актуальність, потребує ґрунтовного наукового дослідження.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Свендсен Л. Філософія самотності [Електронний ресурс] / Ларс Свендсен // Видавництво Анетти Антоненко. – 2017. – Режим доступу до ресурсу: <https://knigogo.com.ua/knigi/filosofiya-samotnosti/>
2. Хамітов Н. В. Самотність у людському бутті. Досвід метаантропології [Електронний ресурс] / Назіп Віленович Хамітов // КНТ. – 2017. – Режим доступу до ресурсу: <https://enpuir.npu.edu.ua/handle/123456789/15873>

Крилова Валерія

здобувачка 4 року навчання факультету управління,
адміністрування та інформаційної діяльності
*Ізмаїльський державний
гуманітарний університет, Україна*

Замашкіна Ольга

кандидат педагогічних наук, доцент
кафедри права і соціальної роботи
*Ізмаїльський державний
гуманітарний університет, Україна*

МОТИВУВАННЯ ЗАЛУЧЕННЯ МОЛОДІ ДО ВОЛОНТЕРСЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ

Молодіжне добровольство – це не тільки важливий ресурс становлення особистості добровольця, а й потужний суспільний інструмент соціалізації особистості.

Взаємодія молодіжних волонтерських організацій із дітьми групи ризику (поняття розглядають у контексті чинників, що чинять негативний вплив на дитину) реалізується в рамках системи соціальних служб: дитячих будинках, будинках-інтернатах, спеціальних школах для дітей з обмеженими можливостями, у медико-соціальних установах. За 20 років існування системи соціального захисту в Україні склалася мережа установ, як на регіональному, так і на державному рівнях, що надають соціальні послуги дітям групи ризику з метою соціальної допомоги та підтримки [Стойко, 2017: с. 57].

Показником волонтерського потенціалу студентської молоді є рівень соціальної активності та бажання брати участь у добровільній діяльності. З метою передпроектної діагностики волонтерського потенціалу студентської молоді в Ізмаїльському державному гуманітарному університеті (далі – ІДГУ) у листопаді-грудні 2023 р. проведено анкетування студентів для вивчення ціннісних орієнтацій потенційних волонтерів, ступеня

інформованості про волонтерський рух, переваги областей волонтерського руху. В анкетуванні взяли участь 100 студентів університету (52 дівчата та 48 юнаків віком від 17 до 23 років, що відображає соціально-демографічні характеристики студентів цього вишу).

За результатами дослідження виявлено високу поінформованість про волонтерську діяльність: 67% студентів знають про соціальну значущість волонтерства, 29% мають загальне уявлення про дане соціальне явище. 40% студентів виявили бажання брати участь у діяльності волонтерської організації, при цьому вона обумовлена збігом спрямованості заходів до інтересів особистості (48,5%), наявністю вільного часу (10%). 1,5% опитаних не готові брати участь у волонтерській діяльності. Виражене бажання надати допомогу виникає у студентів щодо дітей-сиріт та людей похилого віку.

Із запропонованих областей добровольчої діяльності на високому рівні привабливості знаходяться соціокультурна та дозвілля (діти та підлітки), збір подарунків та коштів та допомога у притулках для бездомних тварин. Найбільше бажання допомогти викликають діти-сироти та діти, які залишилися без піклування батьків та люди похилого віку.

Дослідження показало, що студентська молодь досить мотивована на волонтерську діяльність щодо дітей групи ризику в системі соціальних служб, але для реалізації волонтерського потенціалу молоді потрібні спеціальні соціальні механізми.

Реалізація волонтерського потенціалу студентської молоді має проектну основу та орієнтована на досягнення кінцевих цілей соціальних проектів як способів зміни соціальної реальності та вирішення проблем дітей групи ризику. Реалізація волонтерського потенціалу студентської молоді здійснювалася у формі соціального проектування з метою розвитку творчих здібностей та створення умов для успішної соціалізації дітей-інвалідів та дітей із кризових сімей в Ізмаїльському Центрі здоров'я та відповідає пріоритетам державної молодіжної політики інтеграції до суспільства молоді, що опинилася у скрутній життєвій ситуації.

Мета проекту – розвиток творчого потенціалу дітей із кризових сімей та дітей з обмеженими можливостями. Цільовою групою проекту є діти з обмеженими можливостями та діти із кризових сімей у віці 7–10 років.

Формою реалізації проекту є проведення майстер-класів: «Малювання мильними бульбашками», «Граттаж», «Аплікація з тканини», «Фоторамка з фетру» та організація виставки «Ярмарок талантів».

Завдання соціального проекту:

- Стимулювання пізнавального інтересу дітей із кризових сімей та дітей з обмеженими можливостями як умову їхнього подальшого розвитку;

- Розвиток здатності самостійно мислити, приймати творчі рішення;
- Підвищення самооцінки дітей;
- Інтеграція у суспільство.

У контексті ресурсів даної акції молодіжне соціальне проектування розглядається як інноваційний ресурс, який створює додаткові можливості вирішення проблем дітей-інвалідів та інтеграції їх у сучасне суспільство.

Реалізація проекту з соціокультурної реабілітації дітей із кризових сімей сприяла розвитку добровольчої діяльності, але водночас зажадала її більш чіткої структуризації та організації. За підсумками реалізації цього проекту розроблено проект створення волонтерської організації «Добре серце», сформованої на базі кафедри права і соціальної роботи ІДГУ. Проект передбачає формування активу загону, навчання добровольчої діяльності, реалізацію волонтерських заходів та акцій, супровід реабілітаційних заходів з урахуванням особливостей дітей.

Таким чином, соціальне проектування сприяє збільшенню молодіжних добровольчих ресурсів. Розвиток у студентів навичок проектної діяльності використовується в реалізації проектів на користь дітей групи ризику. В результаті молодіжного соціального проектування формується та реалізується потенціал добровольчості як рушійна сила подолання соціальної ізольованості, створення інтегративного середовища та умов для покращення життя дітей-інвалідів та сімей, які виховують дітей з обмеженими можливостями.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Коломієць Л.І., Глиздова А.Ю., Узвенчук В.С. Психологічні особливості мотивації волонтерської діяльності. Психологічний часопис. № 5 (9) 2017.С.79-89.
2. Стойко К. Динаміка проблеми альтруїзму як психолого-педагогічної категорії. Освітологічний дискурс 2018, № 3-4 (22-23) С.57-67.

Курінна Єлизавета

здобувачка 4 року навчання
факультету географії, туризму та історії
Криворізький державний педагогічний університет, Україна

ТАЙМ-МЕНЕДЖМЕНТ ТА ЙОГО РОЛЬ У ПІДГОТОВЦІ ФАХІВЦІВ-СОЦІОЛОГІВ

Постановка проблеми. В умовах російсько-української війни система вищої освіти переорієнтувалася повністю на дистанційний формат проведення освітнього процесу у прифронтових областях. Це певною мірою погіршило рівень їх професійної підготовки, незважаючи на досвід, який був здобутий ще під час пандемії Covid-19. Не всі здобувачі освіти однаковою мірою призвичаїлися до дистанційної освіти, оскільки знизився контроль з боку викладачів, а відтак у них з'явилась можливість пропускати лекції, практичні заняття, пояснюючи це відсутністю Інтернету, електроенергії, працею тощо. Насправді, як свідчать спостереження, не всі студенти, зокрема студентів-соціологи підготовлені до самостійної і відповідальної роботи в складних умовах військового часу і тому актуальною є потреба з'ясувати ті методи і способи, які сприятимуть їх самоорганізації та покращенню їх професійної підготовки. Вважаємо, що сучасним і ефективним методом саморозвитку і удосконалення самостійної підготовки студентів є тайм-менеджмент, дослідження якого потребує більш глибокого дослідження в умовах війни.

Ступінь розробленості проблеми. Тайм-менеджмент є складовою само менеджменту і останніми роками активно досліджується такими зарубіжними та вітчизняними науковцями, як: Д. Аллен, Л.Зайверт, Д. Ейзенхауер, Н. Алюшина, Н. Буняк, Л. Водянка, С. Тодорюк, А. Карп, А. Гаврилюк, А. Чхайло, О. Свергун, Л. Калініченко, А. Гаврилова, З. Кіреєва, О. Колесов, А. Вацьківська, О. Крикун О., Н. Лукашевич, Г. Матукова, В. Макаренко, І. Причепка, І. Соломонюк, Т. Лесько, О. Ратушняк, О. Лялюк, К. Подолянчук, та інші. Ці дослідники розглядали основні підходи та технології тайм-менеджменту, які стали загальновідомими і розповсюдженими у практичній діяльності фахівців багатьох сфер професійної діяльності. Між тим в науковій літературі з управління недостатньо розглядаються питання використання тайм-менеджменту у освітньому процесі при підготовці здобувачів вищої освіти. Тому *метою даної роботи* є пошук найбільш ефективних моделей тайм-менеджменту у підготовці фахівців-соціологів у закладах вищої освіти. Для досягнення мети необхідно виконати наступні завдання: *по-перше*, уточнити зміст та функції тайм-менеджменту; *по-друге*, з'ясувати основні вимоги до підготовки фахівців-соціологів з закладах вищої освіти і, *по-*

третє, запропонувати найбільш ефективну технологію тайм-менеджменту при підготовці фахівців-соціологів.

Викладення основного матеріалу. По своїй суті тайм-менеджмент не вписується в межі тільки економічних дисциплін і має широкі міждисциплінарні зв'язки з безліччю інших наук, таких як філософія, психологія, соціологія, біологія, фізика та інші. У всіх цих багаточисленних науках «розсіяно» безліч знань про час, без урахування яких, «управління» часом буде неефективним або просто неможливим».

Тайм-менеджмент - явище неоднозначне, воно має як переваги, так і недоліки. Переваги управління часом, наприклад, Н.М. Буняк вбачає в наступному : дозволяє досягти поставлених цілей щоденне вирішення основних завдань, а інші завдання можуть бути передані підлеглим або співробітникам; дає можливість вибору при виконанні всіх видів роботи, раціонально використовувати свій час; продовжує розвивати більшу гнучкість, спокійне ставлення до змін завдяки швидкій адаптації плану дій; може відігравати роль психотерапії на важких етапах життя, після інтенсивної роботи та явних розладів, так як інтенсивна робота не доможе відмовитися від негативних думок [Буняк, 2017].

Тайм-менеджмент чудово співпрацює з будь-якими іншими методами управління та значно підвищує їх ефективність. Можна погодитися з Л. Скібіцькою, яка стверджує, що тайм-менеджмент дозволяє працівникам:

- удосконалити процес планування, зменшити кількість проблем (у тому числі системних);
- додати більше часу для роботи над покращеннями;
- підвищення швидкості вирішення задач і виключення рецидивів невдач;
- значне скорочення часу пошуку документів;
- правильно розставлені пріоритети в бізнесі;
- підвищення ефективності проведення засідань і використання бази даних;
- підвищення задоволеності споживачів і конкурентоспроможності компанії [Скібіцька, 2008].

Як зазначає Н. Буняк, різниця між тайм-менеджментом і само менеджментом полягає в наступному: «тайм-менеджмент – технологія організації, створення структури діяльності, яка виконує абстрактні поняття (ціль, план, ресурси тощо). Самоменеджмент – більш конкретна, предметна технологія самоуправління, яка може. включити в себе, наприклад, «управління емоціями», «навички переговорів» [Буняк, 2017].

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Алюшина Н. О. Тайм-менеджмент: часова організація діяльності державного службовця: навч. посіб. з дистанц. курсу; Нац. акад. держ. упр. при Президентові України. Київ : НАДУ, 2012. 191 с.
2. Буняк Н. М. Самоменеджмент як мистецтво саморозвитку особистості. Глобальні та національні проблеми економіки. 2017. Вип.18. URL : <http://global-national.in.ua/archive/18-2017/36.pdf>
3. Водянка Л. Д., Тодорюк С. І., Карп А. Г. Тайм-менеджмент як техніка планування робочого часу персоналу. Економіка та держава. 2020. № 7. С. 119–123.
4. Гаврилюк А. М. Тайм-менеджмент як складова успішної комунікативної взаємодії в індустрії туризму України. Ефективна економіка. 2016. № 1. URL: http://www.economy.nauka.com.ua/pdf/1_2016/14.pdf.
5. Євтушевська О. Тайм-менеджмент як вияв світогляду сучасної людини. ВІСНИК Київського національного університету імені Тараса Шевченка. Економіка. 2017. № 3(192). С. 15-18.
6. Ізюмцева Н. В., Чхайло А. А., Свергун О. А. Тайм-менеджмент – як один із методів управління часом у банківській установі. Соціальна економіка. 2018. Вип. 56. С. 130–136.
7. Калініченко Л.Л., Гаврилова А.О. Особливості впровадження тайм-менеджменту на підприємстві. Молодий вчений. 2017. № 4.4(44.4). С. 60-63.
8. Кіресєва З.О. Психологія ефективного управління часом: метод. рек. до самост. роботи студентів третього освітньо-наукового рівня вищої освіти. Одес. нац. ун-т ім. І. І. Мечникова, фак-т психології і соціальної роботи. Одеса : ОНУ, 2021. 20 с.
9. Колесов О.С., Вацьківська А.В. Тайм-менеджмент – управління часом. Збірник наукових праць ВНАУ. Серія: Економічні науки. 2011. № 2(53), том 3. С. 61-70.
10. Крикун О. Ключові моменти тайм-менеджменту для досягнення успіху в бізнесі. Галицький економічний вісник. 2019. Том 59. № 4. С. 90–97.
11. Лукашевич Н.П. Самоменеджмент. Теорія і практика : посібник. Київ : Ніка-Центр, 2007. 344с.
12. Матукова Г. І., Макаренко В. О. Тайм-менеджмент у системі управління персоналом: теорія та практика впровадження. Вісник Одеського національного університету. Серія : Економіка. 2018. Т. 23, Вип. 6. С. 58–63.
13. Причєпа І. В., Соломонюк І. Л., Лєсько Т. В. Тайм-менеджмент як дієвий інструмент ефективного використання часу успішного менеджера за сучасних умов.

14. Ратушняк О. Г., Лялюк О. Г., Подолянчук К. В. Аналіз використання методів тайм-менеджменту сучасною молоддю. Вісник Хмельницького національного університету. Економічні науки. 2019. № 2. С. 68–72.

15. Скібіцька Л.І. Тайм–менеджмент: навч. посібник для студ. економ. Вузів. Київ : Кондор, 2009. 528 с

16. Хитра О. В. Ефективний тайм-менеджмент як невід’ємний складник системи управління персоналом підприємства. Науковий вісник Ужгородського національного університету. 2019. Вип. 26, ч. 2. С. 101–110.

17. Холодницька А. В. Застосування технологій тайм-менеджменту в управлінні підприємством. Вісник Чернігівського державного технологічного університету. Серія : Економічні науки. 2013. № 4. С. 261–268.

18. Холодницька А. Застосування технологій таймменеджменту в управлінні підприємством. Вісник Чернігівського державного технологічного університету. 2013. № 4 (70). С. 261-268.

19. Чкан А. С., Чкан І. О., Рубан О. Тайм-менеджмент як інструмент оптимізації роботи менеджерів із закупівель. Економічний простір. 2021. Вип. 172. С. 61–66.

20. Чкан А.С. Самоменеджмент: практикум для студентів освітньо–кваліфікаційного рівня «бакалавр» напряму підготовки «Менеджмент». Запоріжжя: ЗНУ, 2015. 82 с.

Куценко Роман

здобувач 4 року навчання факультету управління персоналом, соціології та психології
*Київський національний економічний університет
ім. В. Гетьмана, Україна*

ВПЛИВ СОЦІАЛЬНИХ ТА МЕДІА-КОМУНІКАЦІЙ НА ЖИТТЄДІЯЛЬНІСТЬ СОЦІУМУ

Розвиток інформаційного суспільства дає людині можливість використовувати інформацію та знання для успішного життя. Але трапляється дивна річ, що через величезне різноманіття каналів подачі інформації та ресурсів споживання освітнього контенту, людина не може вирішити, яка інформація менш викривлена, а яка – ні. Те саме і з каналами освітнього спрямування, в яких ми бувало бачимо різні підходи до вивчення певної навички.

Через таку велич різноманіття медіа-комунікаційних ресурсів, часто людина обирає той канал подачі інформації, який відповідає її принципам та світогляду. Також трансляторами цінностей, моди, стилю виступають блогери, так звані “трендсеттери” або ж лідери думок, які також впливають на життєдіяльність індивіда, в яких він знаходить себе.

Аналізуючи роль і вплив медіа-комунікацій, соціальних мереж на прийняття рішень, що змінюють суспільство, можна процитувати Г. Почепцова, який зазначає: «Техніка перестає бути всього лише технікою, коли від неї починають залежати вчинки й мотивації людей». Дослідник уточнює свою думку: «Якщо наявність тієї чи іншої технології починає впливати на політичні рішення, крім того, може призводити до зміни режиму в країні, це свідчить про те, що є зв'язка «технічне + політичне», що, посилюючи те, що називається технічним, ми можемо отримувати політичні результати» [Холод, 2018: с.251].

Н. Горбенко вбачає в медіа не тільки транслятора інформації та майданчика висловлення думок, але й також активного гравця на політичній арені, який має сильний вплив на публічний простір. Дані думки дослідників, ще більше підкріплюють мої думки щодо величч впливу медіа на життєдіяльність суспільства. Тут також з'являються політичні діячі, які можуть перетягувати електорат.

Питаннями впливу медіа-комунікацій на розвиток та життєдіяльність людини займаються безліч вітчизняних та іноземних науковців, таких як А. Москаленко, Л. Губернський, Н. Миропольська, Л. Коваль, О. Белінська, В. Бурова, К. Ян, Є. Головаха, С. Здіорук, Л. Шелестова, Н. Чутова.

В сучасному інформаційному суспільстві трендсеттери виступають, не тільки іконами стилю, але й ключовими представниками формування соціальних норм та задають вектор соціокультурного розвитку. На сьогоднішній день вплив трендсеттерів є більш ніж суттєвим, та став невід'ємною частиною динаміки сучасного соціуму.

Трендсеттери, що є витоком інформаційного суспільства, активно впливають на уявлення та цінності, які сприймає громадськість. В майбутньому такі люди будуть мати вплив в суспільстві на рівні з президентом - це не буде фантастикою. Їхні дії та рішення, починаючи від моди і закінчуючи поведінковими та етичними стандартами, стають точкою відліку для багатьох. Нові ідеї трендсеттерів, які вони транслують через свої канали зв'язку з аудиторією, викликають в людей певну поведінку, яка може змінювати суспільство в кращу, або ж в гіршу сторону.

Якщо брати молодіжне середовище, то на сьогодні спостерігається необдумане споживання різного контенту, який не кращим чином впливає на молоде покоління. Для такої групи молоді, яка необдуманно споживає медіа-контент, важко знайти потрібний матеріал в мережі. Для них медіа виконують розважальну, релаксаційну функцію. При

цьому медіа виступають потужним джерелом знань, яке при правильному використанні стає в нагоді [Турчак, с.1].

Медіаспоживання стає залежністю в соціумі, короткий характер показу відео впливає на деградацію людей. Аудиторія стає все більше легковірною для сприйняття різних міфів. В людини втрачається критичне мислення [Сорочинська В. Є. с. 195]. Дуже чудове твердження з яким багато людей погодяться: тут важливо знати історію, знати початок, щоб перестати вірити брехні. Людина освічена, яка знається на історії (свого народу) буде правильно відфільтровувати потоки інформації, так людина яка вміє перевірити достовірність інформації.

Узагальнюючи, можна сказати що медіа-комунікації мають необмежений вплив на соціум. В еру розвитку соціальних мереж, з появою різних медіа, виникають нові для розуміння суб'єкти інформаційного суспільства - трендсеттери. Трендсеттери як суб'єкти інформаційного суспільства, формують соціальні норми через вплив на уявлення та цінності громадськості. Трендсеттери, виступаючи як посередники між різними культурами, сприяють створенню унікального синтезу, що визначає та моделює соціокультурні тенденції, та виступають натхненням в життєдіяльності індивіда.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Сорочинська В. Є. Вплив засобів масової комунікації на соціальне становлення студентської молоді / Віра Євгенівна Сорочинська. №27. С. 195.
2. Турчак А. Л. Засоби масової інформації як особливий чинник впливу на формування здорового способу життя молоді [Електронний ресурс]. Режим доступу до ресурсу: <https://core.ac.uk/download/pdf/84826447.pdf>.
3. Холод О. М. Соціальні комунікації: тенденції розвитку / О. М. Холод. Київ: «Білий Тигр», 2018. 357 с.

ЗМІНА ПРОЯВІВ ДЕЛІНКВЕНТНОЇ ПОВЕДІНКИ В МІСТАХ В УМОВАХ ВІЙНИ

Роль впливу війни на поведінку людей важко переоцінити. Активно досліджувати цей вплив почали лише після завершення другої світової війни. Головною складністю цих досліджень є відсутність даних. Більшість країн учасниць другої світової просто не збирали подібну статистику під час конфлікту, а більшість досліджень базуються вже на даних післявоєнного періоду, виключення становлять Сполучені Штати Америки. В свою чергу, конфлікти, що проходили після другої світової, були менш масштабними або одна зі сторін не мала змогу збирати статистичні дані. Такими прикладами є війни у В'єтнамі (1955-1975 рр.) та Кореї (1950-1953 рр.).

Розглядаючи зміну проявів делінквентної поведінки в містах в умовах війни варто згадати роботу шведського соціолога Йохана Торстена Селліна та його учать в «American Historical Association» і праці «Чи насувається хвиля злочинності?». В даному дослідженні автор аналізує рівень злочинності з 1937 по 1943 роки в містах США. Спираючись на дані, що наводить в своїй праці соціолог, можна зробити висновки, що під час війни прояви делінквентної поведінки дещо зменшуються кількісно, але при цьому дещо змінюється їх характер. Наприклад, автор зазначає невелике зростання насильства проти життя.

Враховуючи зміни в делінквентній поведінці що наводить Йохан Торстен в своїй роботі, можна розглянути дані, що надає національна поліція України в своїх звітах (Адміністративні дані в значенні Закону України “Про державну статистику”, що збираються (обробляються) та підлягають оприлюдненню в Національній поліції України). Так, у 2021 році, що передувало повномасштабному вторгненню, загальна кількість адміністративних правопорушень (на жаль, ми не знайшли у відкритому доступі відомостей про кримінальні правопорушення, окрім викрадення автомобілів) зменшилась на 7,9% в порівнянні з 2023 роком. При більш детальному огляді варто зазначити, що змінився також їх характер. Окрему увагу слід звернути на прояви домашнього насилля. Наприклад, у 2021 році було складено 104928 адміністративних протоколів, а у 2023 вже 112613 реєстрації даних випадків. Слід зазначити, що також змінилась і тенденція в гендерному співвідношенні, в 2021 році кількість випадків вчинення домашнього насилля жінками становила 12778, що в свою чергу є 12,2% від загальної кількості. У 2023 році кількість

випадків домашнього насилля з боку жінок становила 15492, що в свою чергу складає 13,8% від загальної кількості.

Також можна відмітити деякі зміни серед кримінальних правопорушень. значно зросла кількість викрадених автівок, так за даними «Опен дата боту», сервісу що аналізує відкриті національні реєстри. В 2021 році кількість викрадених автівок склала 1148 одиниць, а в 2022 році вже відбулось 12448 випадків угону авто. У 2023 році кількість таких випадків склала 1278, що майже відповідає рокам до повномасштабного вторгнення.

Пояснити такі зміни в статистиці що надає національна поліція можна зменшенням кількості населення країни. Так за даними від «Опен дата бот» тільки офіційно 2,4 млн. громадян України перетнули кордон, та не повернулись від початку повномасштабного вторгнення. Ще одним з факторів зменшення кількості правопорушень може бути наявність комендантської години, яка обмежує в часі правопорушників.

Окремо варто звернути увагу на викрадення автомобілів. Їх можна пояснити тим, що велика кількість людей в Україні, близько 5 мільйонів, покинули свої домівки, тікаючи від бойових дій. Частина цих людей залишала не тільки свої будинки, а і автомобілі, за якими не було належного нагляду, тож цей фактор спонукав зловмисників до автокрадіжок.

Найбільш цікавий випадок щодо зміни в делінквентній поведінці являє собою зростання кількості домашнього насилля. Якщо спиратись на роботи Йохана Торстена, то можна відмітити, що це вкладається в тенденцію зростання насильства проти життя. Також слід відмітити, що гендерний баланс правопорушників дещо змінився в бік жінок акторів насилля, що в свою чергу збільшило кількість жертв серед чоловіків і дітей. Можна припустити, що з часом чоловіки перестають соромитись звертатись до правоохоронних органів щодо домашнього насилля, але цей аспект має бути вивчений більш детально.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Кількість автоугонів повернулася на довоєнний рівень [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: <https://opendatobot.ua/analytics/car-theft-2023>.
2. Is a Crime Wave Coming? [Електронний ресурс] // Annals, American Academy of Politics and Social Science. – 1946. – Режим доступу до ресурсу: [https://www.historians.org/about-aha-and-membership/aha-history-and-archives/gi-roundtable-series/pamphlets/em-3-is-a-crime-wave-coming-\(1946\)/what-happened-during-world-war-ii](https://www.historians.org/about-aha-and-membership/aha-history-and-archives/gi-roundtable-series/pamphlets/em-3-is-a-crime-wave-coming-(1946)/what-happened-during-world-war-ii).
3. Адміністративні дані в значенні Закону України “Про державну статистику”, що збираються (обробляються) та підлягають оприлюдненню в Національній поліції України [Електронний ресурс]. – 2021. – Режим доступу до ресурсу:

<https://data.gov.ua/dataset/207f2c6d-998f-4a15-91de-f7e5259beaf7/resource/c1c8b309-727d-4f89-a5e4-1443fb3eae7e>.

4. Адміністративні дані в значенні Закону України “Про державну статистику”, що збираються (обробляються) та підлягають оприлюдненню в Національній поліції України [Електронний ресурс]. – 2023. – Режим доступу до ресурсу: <https://data.gov.ua/dataset/207f2c6d-998f-4a15-91de-f7e5259beaf7/resource/eb54afdc-947a-49f8-9cf1-fc812266383d>.

5. Лише 2,4 млн українців виїхали та не повернулися до України від початку великої війни [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: <https://opendatabot.ua/analytics/real-ukrainian-refugees>

Ліснічук Юрій

здобувач 4 року навчання
факультету управління, адміністрування
та інформаційної діяльності
*Ізмаїльський державний
гуманітарний університет, Україна*

ПРОФІЛАКТИКА ПІДЛІТКОВИХ ДЕВІАЦІЙ

Етимологію зв'язку між девіантною поведінкою та індивідом дозволяє встановити теорія девіантної поведінки американського психолога Г. Кеплана, який починав з вивчення взаємозв'язку між девіантною поведінкою та зниженою самоповагою. Оскільки кожен індивід прагне позитивного образу «я», низький рівень самоповаги сприймається як неприємний стан, а прийняття себе асоціюється зі звільненням від травмуючих переживань. Це і рухає людьми чинити так, щоб зменшити хворобливі наслідки самоприниження та підвищити суб'єктивну ймовірність прийняття самого себе. Люди, які сильніше за інших страждають від самоприниження, більше прагнуть змінити цей стан. Тому людей, які загалом приймають себе, завжди значно більше, ніж відкидають себе, схильних до самознищення.

Підлітковому віку властиві такі психологічні особливості, як підвищена агресія, швидка стомлюваність, розсіяність, дратівливість, емоційна нестійкість, труднощі у сприйнятті інформації та суперечливість бажань та потреб. Існуючі цьому етапі соціальні та культурні особливості розвитку суспільства можуть як пом'якшити ці проблеми, і посилити.

Негативне сприйняття себе складається з різних, але взаємозалежних видів досвіду. По-перше, вони вважають, що не мають особистісно-цінних якостей або не можуть бути корисні суспільству і, навпаки, мають негативні риси або завдають шкоди своєму оточенню. По-друге, вони припускають, що важливі для них люди не ставляться до них позитивно або вкрай негативно ставляться. По-третє, вони не здатні ефективно використовувати механізми психічного самозахисту, що дозволяють зняти або пом'якшити вплив перших двох пунктів.

Оскільки потреба в самоповазі в подібних підлітків вкрай сильна, і оскільки вона не задовольняється способами, прийнятними в суспільстві, їм доводиться вдатися до девіантних форм поведінки. По-четверте, вони зазнають труднощів у процесі навчання, у процесі спілкування та взаємодії з батьками, друзями, вчителями, їм властива неорганізованість. По-п'яте, у девіантів відсутні позитивні погляди та цілі, вони не ставлять собі завдання для вдосконалення свого життя, а лише ухиляються від існуючих норм і правил.

Згодом бажання відповідати існуючим нормам у суспільстві зменшується, тим самим збільшуючи прагнення девіації. Зрештою це призводить до зміни самосвідомості підлітка, його установок та цінностей, просуваючи його шляхом девіації.

Основою системи профілактичної роботи є соціальний контроль над підлітками, які вчинили протиправні дії, зважаючи на те, що увагу необхідно акцентувати на роботі з підлітками, схильними до девіації, але ще не вчинили правопорушення.

Профілактика – це система комплексних державних, суспільних, соціально-економічних, медико-санітарних, психолого-педагогічних та психологічних заходів.

У соціальній роботі під профілактикою прийнято розуміти комплекс дій, що своєчасно вживаються та науково обґрунтованих, орієнтованих на попередження психологічних, соціальних та фізичних зіткнень; збереження нормального рівня життя та здоров'я людей, а також підтримання та захист; надання підтримки у процесі досягнення життєвих цілей та сприяння розкриттю потенціалу індивіда [Вольнова, 2016: с. 74].

Профілактична діяльність повинна мати комплексний характер, робота повинна проводитися не тільки з підлітком, а й з його сім'єю, соціальним оточенням для найбільшої ефективності.

Соціальна профілактика підліткової девіації виконує різні функції: виховну, захисну, запобіжну, що забезпечує функцію контролю. Практика показує, що найважливішу роль грає функція виховання, від якості виконання якої залежить подальший розвиток особистості дитини. Основою виховання є прищеплення індивіду суспільно-моральних цінностей, і принципів, цим випереджаючи відхилення у поведінці особистості.

З існуючих функцій можна назвати такі завдання: моніторинг явищ, процесів, чинників, їх аналіз, і навіть прогноз їх розвитку; вивчення психологічних особливостей підлітка, які формують мотивацію девіантної поведінки; виявлення та усунення негативного впливу соціальних факторів, що призводять до деформації особистості підлітка; безперервне та динамічне надання профілактико-реабілітаційного впливу на цю категорію.

Профілактика відхилень буває загальносоціальною та спеціальною. Спеціальна профілактика спрямована на усунення і нейтралізацію причин девіантного поведінки у вигляді спеціальних соціальних, психологічних, економічних заходів. Всесвітня організація охорони здоров'я виділяє такі рівні профілактичної роботи з підлітками: первинну, вторинну та третинну. Первинна профілактика спрямовано на нейтралізацію негативних чинників, надають несприятливий впливом геть особистість підлітка, і навіть підвищення рівня стійкості особистості впливу цих чинників. Вторинна спрямована на раннє визначення групи ризику, виявлення та реабілітацію нервово-психічних відхилень підлітка, що має схильність до формування девіантної поведінки, але ще не є такою [Сушик, 2016: с. 39].

Спеціальні завдання є основою третинної профілактики, таких як лікування психічних розладів, які впливають на поведінку підлітка. Дана форма профілактичної роботи може бути спрямована на недопущення рецидивів в осіб з усталеним девіантним поведінкою.

Слід також виділити ранню та пізню профілактику. Основним завданням ранньої профілактики є створення умов успішної адаптації у соціумі, прийняття існуючих і цінностей для більш сприятливого розвитку на суспільстві; пізня профілактика - як спосіб виправлення вже існуючих відхилень у поведінці та життєвих установах підлітка. Діагностика є попереднім етапом профілактичної та корекційної роботи, яку проводять у формі бесід, анкетування чи тестування. Важливо виявити характер відхилення у поведінці та витоки девіації. Профілактична і корекційна робота носить індивідуальний характер, але ця особливість не виключає того, що потрібно дотримуватися загальних умов, застосовних до всіх підлітків з поведінкою, що відхиляється.

По-перше, взаємодія з девіантами має мати гуманний характер – визнання підлітка особистістю. Існуючі відхилення у моральному розвитку не є приводом для прояву неповаги до особистості, а також для негативної оцінки загалом.

По-друге, позиція педагогів стосовно підліткам-девіантам має бути оптимістичною, тобто. Треба вірити у те, що може повернутися до нормального способу життя.

По-третє, підлітка потрібно практично переконати у цінності морально-демократичних взаємин між індивідами як у системі «дорослі – діти», і у системі «діти – діти».

Таким чином, можна дійти висновку, що успішність профілактичної діяльності багато в чому залежить від своєчасності, комплексності, а також безперервності заходів, що проводяться. Правильне визначення чинників, які впливають формування особистості девіантного підлітка, дозволить найефективніше визначити комплекс заходів, необхідні пом'якшення і нейтралізації соціально значущих наслідків.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Батищева Г. Анкета «Молодь і протиправна поведінка»: пошук причин, що спонукають до девіантних проявів поведінки. Соціальний педагог. 2018. № 11. С. 38–41
2. Вольнова Л. М. Профілактика девіантної поведінки підлітків. Київ. Освіта. 2016. 188 с.
3. Сушик Н. Соціально-педагогічна профілактика віктимної поведінки підлітків: теоретичний аспект. Нова педагогічна думка. 2016. № 1 (85). С. 38–41.

Марголіна Любов

аспірантка 2 року навчання факультету соціології
*Київський національний університет
імені Т.Г. Шевченка, Україна*

ВЗАЄМОДІЯ ГРОМАДЯНСЬКОГО СУСПІЛЬСТВА І СПІЛЬНОТИ МІЖНАРОДНИХ ДОНОРІВ ЯК КЕЙС ТЕОРІЇ СОЦІАЛЬНИХ СИСТЕМ Т. ПАРСОНСА

З початку повномасштабного вторгнення в Україні спостерігається бурхливий розвиток громадянського суспільства. Так, у 2022 р. в Україні було зареєстровано 2760 громадських організацій (ГО) і 6367 благодійних організацій (БО). Для порівняння: у 2021 р. було зареєстровано 4360 нових ГО та 830 БО, в 2020 – 3739 ГО та 723 БО [Громадянське суспільство..., 2022: с. 7]. Ці організації роблять багато важливих справ; водночас, для свого розвитку і роботи вони потребують певних ресурсів, і брак коштів називають основною проблемою 63% опитаних організацій, а серед створених з початку повномасштабного вторгнення таких ще більше – 74% [ФСС, 2023: с. 42]. Одним з джерел

надходжень фінансової підтримки для ГО є фінанси міжнародної технічної та гуманітарної допомоги. Цим джерелом користуються приблизно кожна п'ята організація, а багато організацій навіть не розглядають таку можливість [там само: с. 8]. Такий низький показник дивує, адже, контактуючи з донорськими організаціями, організації громадянського суспільства (ОГС) отримують також і інші ресурси, важливі для їх інституційного розвитку, – а отже, і стійкості. Питання взаємодії українських ОГС з донорською спільнотою може бути цікавим кейсом для застосування системної теорії Талкотта Парсонса.

Громадянське суспільство, його розвиток є предметом досліджень багатьох українських дослідників, наприклад, І. Гавриленка, О. Дмитренко, І. Дробота, М. Житник, Г. Зеленько, М. Іванюка, О. Крицалюка, К. Левчука, О. Михайловської, К. Петренко, В. Степаненка. Питанням міжнародної допомоги також присвячені роботи таких українських науковців як Л. Кістерський, М. Васильєва, Ю. Гаруст, В. Куліченко, К. Антонюк, В. Москаленко, В. Макарова, О. Мотузка, П. Куліш, І. Братко, О. Палюх, Н. Комар. Водночас, питання взаємодії ОГС та донорської спільноти поки що не отримали уваги вітчизняних соціологів.

Спробою заповнити цю прогалину є запропонований підхід з позицій теорії соціальних систем та теорії соціальної дії Т. Парсонса. Наголос, який робить Парсонс на функціональній диференціації в соціальних системах, дозволяє дослідити ті ролі, які відіграють ОГС: від гуманітарної допомоги до адвокації та реконструкції, сприяючи стійкості суспільства. Підхід Парсонса дозволяє розглядати взаємодію між ОГС і донорами як взаємодію між двома різними, але взаємозалежними системами в рамках ширшої соціальної системи. Ця перспектива дозволяє проаналізувати, як ці суб'єкти спілкуються, впливають одна на одну та сприяють досягненню загальної мети суспільної стабільності та розвитку.

Відносини між ОГС та донорами характеризуються постійним обміном ресурсами, інформацією та очікуваннями. З точки зору системної теорії цей обмін має вирішальне значення для виконання обома системами своїх функцій: ОГС шукають матеріальні та нематеріальні ресурси для ефективного вирішення суспільних потреб, тоді як донори прагнуть розподіляти свої ресурси таким чином, щоб максимізувати соціальний вплив. Ця взаємодія потребує складного комунікаційного процесу, у якому обидві системи мають сформулювати свої цілі, потреби та отримати зворотній зв'язок, щоб ефективно узгодити свої зусилля.

У своїх книгах «The Structure of Social Action» та «The Social System» Парсонс запропонував парадигму AGIL (адаптація, досягнення мети, інтеграція, латентність), яка дозволяє дослідити, як ОГС адаптуються до змін та розвиваються. *Адаптація*, ключовий

компонент схеми AGIL Парсонса, очевидна в тому, що ОГС коригують свої стратегії як у відповідь до змін у соціально-політичному контексті, так і у відповідь на можливості, які пропонують донори. Так само донори можуть адаптувати свої пріоритети фінансування у відповідь на нові суспільні виклики або у відповідь на результати фінансованих проєктів. На практиці про таку поведінку донорів свідчить кількість масштабних програм підтримки ОГС, що виникли після початку повномасштабної агресії. Функція *досягнення мети* виконується через переговори, які обидві системи ведуть для визначення та досягнення спільних цілей, що сприяють добробуту суспільства.

Інтеграція включає гармонізацію різноманітних елементів у соціальній системі – функцію, виконанню якої сприяє взаємодія ОГС і донорів, що об'єднує різні сектори суспільства: приватний сектор, органи влади та громаду. Працюючи разом, ОГС та донори створюють узгоджені суспільну структуру, що ставить у відповідність ресурси та дії на досягнення спільних цілей. Нарешті, *латентність*, або підтримка моделі поведінки, відображає здатність взаємодії між ОГС і донором підтримувати та передавати суспільні цінності й норми. Завдяки гуманітарним та розвитковим ініціативам, які сприяють відновленню та розвитку громад, спрямовані на надання психологічної підтримки, ствердження демократії та прав людини, ця взаємодія зміцнює культурні та етичні основи суспільства, забезпечуючи спадкоємність і стабільність.

Взаємодія між ОГС та донорами не позбавлена проблем. Такі проблеми, як залежність від донорського фінансування, потенційна неузгодженість цілей і потреба в автономії можуть ускладнити ці відносини. Однак ці виклики також створюють можливості для інновацій, коли обидві системи можуть вивчати нові моделі співпраці, розробляти ефективніші комунікаційні стратегії та впроваджувати адаптивні механізми для підвищення своєї стійкості та впливу.

Стійкість українських ОГС випробовується подвійним тиском: з одного боку, вони залучені до вирішення нагальних потреб своїх громад та українського суспільства в цілому; з іншого – мають піклуватись про власну інституційну стійкість, шукаючи для цього відповідні фінансові і нефінансові ресурси. Виклики, які ставить мінливе середовище воєнного стану, вимагають високого рівня адаптивності та стійкості, рис, які є невід'ємною частиною виживання та ефективності цих організацій.

Теорія систем Т. Парсонса дозволяє проаналізувати взаємодію між ОГС та їх середовищем, включаючи міжнародних донорів, державні органи та громади, яким вони служать. Під час збройної агресії міжнародні донори відіграють вирішальну роль у підтримці діяльності українських ОГС, надаючи не лише фінансові ресурси, а й технічну допомогу та підтримку у розбудові потенціалу. Однак ці відносини також створюють

залежності та проблеми, оскільки ОГС орієнтуються на очікування донорів, одночасно прагнучи зберегти свою автономію та дотримуватися своїх основних завдань.

Висновки. Розгляд взаємодії між громадянським суспільством і донорами як між двома системами в межах підходу Парсонса висвітлює складну динаміку суспільного розвитку та стабільності. Цей системний підхід підкреслює важливість ефективної комунікації, спільного встановлення цілей і постійної адаптації як ОГС, так і донорів для досягнення суспільного добробуту. Взаємодія між ними сприяє функціонуванню та розвитку більш широкої соціальної системи. Досвід українських ОГС підкреслює застосовність і актуальність теорії Парсонса для розуміння динаміки взаємодії громадянського суспільства із міжнародною донорською спільнотою в умовах воєнного стану. Подальші розвідки в цьому напрямі можуть стати важливим внеском у соціологічну дискусію щодо ролі та місця громадянського суспільства у процесі післявоєнного відновлення України.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Громадянське суспільство України в умовах війни-2022. Звіт за результатами дослідження [Електронний ресурс]. – 2023. – Режим доступу до ресурсу: <https://lnnk.in/dlg1>.
2. Потреби та проблеми організацій громадянського суспільства в умовах війни [Електронний ресурс] // ФСЕ. – 2023. – Режим доступу до ресурсу: <https://eef.org.ua/prezentuvaly-doslidzhennya-gromsektoru/>.
3. Parsons T. The Social System / Talcott Parsons. – London: Routledge, 1991. – 636 с.
4. Parsons T. The System of Modern Societies / Talcott Parsons. – Englewood Cliffs, NJ: Prentice Hall, 1971. – 152 с.

ЖИТТЄСТІЙКІСТЬ СТУДЕНТСЬКОЇ МОЛОДІ В ПЕРІОДИ ЖИТТЄВИХ ВИКЛИКІВ ТА ТРУДНОЩІВ

Питання життєстійкості молоді є надзвичайно актуальним сьогодні, оскільки суспільство постійно ставить перед молодими людьми безліч викликів, пов'язаних із соціально-економічними, політичними кризами та війнами. Адаптація до нового студентського середовища сприяє розвитку соціальних навичок. Студенти навчаються взаємодіяти з різними людьми, розширюючи свій кругозір та розуміння різноманітності. В університетському середовищі студенти активно формують свою самоідентифікацію. Вони розвивають свій особистісний стиль, цінності та визначають свої мети, що допомагає їм легше впоратися з викликами [Кузнєцова, 2014: с.184]. Університетське середовище вимагає від студентів прийняття нових рольових функцій, таких як самостійний навчальний, командний гравець та активний учасник наукових та культурних заходів. В університетському житті можуть виникати конфліктні ситуації, і студенти вчаться ефективно їх вирішувати, що сприяє розвитку навичок міжособистісного спілкування. У студентському середовищі, де немає постійного нагляду, студенти вчаться саморегуляції, визначенню пріоритетів та плануванню часу для досягнення навчальних та особистих цілей [Бойко,2023].

Колективна підтримка часто виявляється в участі у групових проектах. Спільна робота сприяє взаєморозумінню, розвитку комунікаційних навичок та виробленню навичок ефективної співпраці. Створення та участь у студентських об'єднаннях розширює соціальні зв'язки та надає можливість отримати підтримку в різних аспектах студентського життя, від навчання до розваг. Студентська спільнота активно демонструє взаємопоміч та обмін досвідом, сприяючи навчання одне одного та допомагаючи розробляти стратегії подолання труднощів. Організація групових або парних навчальних сесій сприяє обміну знаннями та допомагає взаємному розумінню складних концепцій чи матеріалів. Участь у важливих подіях, таких як спортивні змагання, конференції чи культурні заходи, об'єднує студентську спільноту та сприяє формуванню позитивної атмосфери. Під час іспитів чи періодів збільшеної навчальної завантаженості, студенти часто надають одне одному психологічну

та емоційну підтримку. Колективна підтримка допомагає студентам розвивати лідерські якості, беручи участь у студентських органах та активностях, що сприяє збільшенню рівня самопевності та відповідальності [Кузікова, 2023: с.27]. Здатність швидко відновлюватися після невдачі є важливим аспектом ефективного управління викликами. Студенти розвивають готовність вирішувати проблеми. Ефективне управління викликами передбачає вміння аналізувати проблеми, визначати їхні кореневі причини та розробляти ефективні стратегії вирішення. Ефективне розподілення часу є ключовим аспектом успішного управління викликами. Студенти вчаться приділяти час на навчання, розвиток та відпочинок.

Ефективне управління викликами включає в себе вміння знаходити та використовувати ресурси, які надає університет, такі як бібліотеки, консультації викладачів та інші підтримуючі сервіси. Здатність визначити та встановити пріоритети важливих завдань є важливою для управління викликами та забезпечення ефективного виконання завдань. Ефективне управління викликами передбачає навички пристосування до змін в навчальному процесі, оточуючому середовищі та особистому житті. Студенти вчаться швидко адаптуватися до нових умов та обставин [Титаренко, 2009: с.26]. Студенти, що формують позитивну ментальність, активно працюють над своїм самосприйняття та самовизначенням. Вони визначають свої цінності та переконання, що допомагає у побудові позитивного образу себе. Студенти використовують афірмації та позитивне мовлення для зміцнення своєї психологічної стійкості та підтримки позитивних установок. Розвинута позитивна ментальність полягає в умінні відмовитися від перфекціоністських стереотипів та прагнення до непомірних стандартів, що дозволяє студентам підходити до своїх завдань реалістично. Позитивна ментальність викликає розвиток внутрішньої мотивації, що дозволяє студентам знаходити задоволення та задоволення в самому процесі навчання. Позитивно налаштовані студенти ефективно визначають та досягають свої короткострокові та довгострокові цілі, що підтримує позитивний настрій та наполегливість [Кузнєцова, 2014: с. 183]. Студенти стежать за своїм психічним здоров'ям, вживаючи заходів для стресового управління та відновлення емоційного благополуччя. Позитивна ментальність формує в студентів сприйняття невдач як можливості для особистого та професійного росту, що допомагає переживати труднощі з оптимізмом [Бойко, 2023]. Студенти, які зберігають баланс між навчанням та особистим життям, розробляють гнучкий розклад, який враховує навчальні зобов'язання та час для відпочинку та особистих інтересів. Організовані студенти вчаться ефективно планувати свій час, визначаючи пріоритети та відділяючи достатньо часу для навчання, відпочинку та соціальних активностей.

Забезпечення балансу означає також виділення часу для особистого розвитку та хобі. Студенти розвивають свої інтереси та навички, що надає їм позитивний емоційний вплив. Зберігання балансу включає в себе регулярну фізичну активність, що сприяє здоров'ю та допомагає розслабитися після навчання. Студенти, які дбають про баланс, уникнуть вигорання, враховуючи власні потреби та не перевантажуючись навчанням. Збалансоване харчування та достатній сон важливі для підтримки енергії та здоров'я під час навчання та особистих зусиль.

Студенти, які виявляють високу життєстійкість, розвивають критичне мислення та навички проблемного вирішення. Вони вміло аналізують інформацію, визначають головні проблеми та шукають ефективні рішення. Молодь, яка володіє великою життєстійкістю, має сталість своїх цілей. Вони визначають чіткі та досяжні цілі, націлені на особистий та професійний розвиток [Кузікова, 2023: с.26].

Життєстійкі студенти вчаться брати ініціативу та розвивати лідерські якості. Вони активно беруть участь у студентських органах, проектах та ініціативах. Студенти з великою життєстійкістю активно включаються у громадське життя університету. Вони беруть участь у заходах, ініціативах та соціальних проектах. Життєстійкі студенти проявляють інтерес до соціального життя країни та підтримують різні соціальні, культурні та благодійні ініціативи. Вони свідомо ставляться до питань збереження навколишнього середовища. Активно беруть участь у спортивних, соціальних та культурних заходах. Це допомагає їм не лише фізично розвиватися, а й зберігати баланс у своєму житті.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Бойко М. В., Літвінова О. В. Життєстійкість студентської молоді в умовах війни. XXX Міжнародна науково-практична конференція студентів, аспірантів та молодих учених "Актуальні проблеми життєдіяльності суспільства". 2023. URL: <https://doi.org/10.32782/2222-5099.2023.10.2> (дата звернення: 15.01.2024).
2. Кузікова С. Б., Щербак Т. І. Життєстійкість як адаптаційний ресурс особистості у реальності невизначеності життя. *Sloboda Scientific Journal. Psychology*. 2023. № 2. С. 24–29. URL: <https://doi.org/10.32782/psyspu/2023.2.4> (дата звернення: 15.01.2024).
3. Кузнецова Л. М. Життєстійкість як фактор успішної самореалізації сучасної студентської молоді. *Вісник Чернігівського національного педагогічного університету*. 2014. № 121. С. 182–187.

4. Титаренко Т.М., Ларіна Т.О. Життєстійкість особистості: соціальна необхідність та безпека. Природа життєстійкості та умови її формування, структура життєстійкості. Київ, 2009. С. 24-32.

5. Maddi S. R. The personality construct of hardiness: I. Effects on experiencing, coping, and strain. Consulting Psychology Journal: Practice and Research. 1999. Vol. 51, no. 2. P. 83–94. URL: <https://doi.org/10.1037/1061-4087.51.2.83> (date of access: 15.01.2024).

Рекало Андрій

аспірант 1 року навчання факультету географії, туризму та історії
Криворізький державний педагогічний університет, Україна

ПІДГОТОВКА ФАХІВЦІВ АВІАЦІЙНОЇ ГАЛУЗІ В УМОВАХ ВОЄННОГО СТАНУ: ПРОБЛЕМИ І ТРЕНДИ

В умовах військового стану зростає роль авіаційного транспорту для обслуговування потреб цивільної і воєнної економіки, оскільки він є достатньо надійним і забезпечує найбільш швидко доставку вантажів [Михальченко, 2023: с. 14] (в тому числі від країн-партнерів). Військова авіація (бомбардувальна, винищувальна, штурмова) та безпілотні літальні апарати (далі - БПЛА) забезпечують перевагу в повітрі, що в свою чергу, грає ключову роль на полі бою. В підтвердження важливості БПЛА зауважимо, що президент України підписав указ від 06 лютого 2024 року № 51/2024 «Про нарощування спроможностей сил оборони» [4], в якому доручає Генеральному штабу ЗСУ створити Сили безпілотних систем як окремий рід сил ЗСУ.

Тому можна з упевненістю сказати що авіаційна галузь в Україні сьогодні має найвищий пріоритет. Між тим, сучасні особливості ведення гібридної війни потребують нових підходів до підготовки її фахівців і актуалізують необхідність підвищення якісних показників освітнього процесу. Тому *метою роботи* є визначення проблем і трендів у підготовці фахівців авіаційної галузі в умовах воєнного стану.

Підготовку авіаційних фахівців цивільної авіації в Україні за освітнім ступенем «бакалавр» і «магістр» сьогодні здійснюють такі заклади вищої освіти: Національний авіаційний університет; Льотна академія Національного авіаційного університету; Національний аерокосмічний університет ім. М. С. Жуковського «ХАІ»; Харківський національний університет Повітряних Сил імені Івана Кожедуба, а за освітньо-професійним ступенем «фаховий молодший бакалавр», «бакалавр» наступні заклади фахової передвищої

освіти: Відокремлений структурний підрозділ «Криворізький фаховий коледж Національного авіаційного університету»; Відокремлений структурний підрозділ «Васильківський фаховий коледж Національного авіаційного університету»; Кременчуцький льотний коледж Харківського Національного університету внутрішніх справ.

Як правило, така підготовка здійснюється за спеціальностями: 172 Телекомунікації та радіотехніка; 173 Авіоніка; 275 Транспортні технології (повітряний транспорт); 272 Авіаційний транспорт. Підготовка авіаційних фахівців державної (військової) авіації здійснюється, в основному, на військових кафедрах вищеназваних закладів освіти.

Однак в системі підготовки фахівців авіаційної галузі, вважаємо, наявне гостре протиріччя між теоретичним та практичним аспектами підготовки фахівців авіаційної галузі, оскільки українська вища та фахова передвища освіта недостатньо прив'язана до реального запиту від роботодавців [Кудлай, 2023: с. 49]. До того ж існує невідповідність між вимогами до підготовки авіаційних фахівців від Міністерства освіти і науки України та європейськими вимогами, які вже діють в Україні. Наприклад, якщо студент закінчить повний курс підготовки бакалавра за спеціальністю 272 «Авіаційний транспорт» (спеціалізація: «Обслуговування повітряних суден і двигунів»), він не буде допущений до самостійного обслуговування повітряних суден до тих пір, доки не отримає «Свідоцтво персоналу з технічного обслуговування повітряних суден» відповідно до додатку 3 (Part-66) до Авіаційних правил України «Підтримання льотної придатності повітряних суден та авіаційних виробів, компонентів і обладнання та схвалення організацій і персоналу, залучених до виконання цих завдань», затверджених Наказом Державної авіаційної служби України 06 березня 2019 року № 268 [3]. Це відбувається тому, що Україна включила в законодавство авіаційні стандарти Європейського Союзу, але навчальні програми закладів освіти під ці норми не адаптовані.

Ще однією серйозною проблемою підготовки фахівців є обов'язковість їх вільного володіння англійською мовою технічного спрямування на досить високому рівні, так як уся технічна документація на західну авіаційну техніку, комплектуючі вироби, всі правила та інструкції, навчальні посібники написані англійською мовою, яка є найбільш універсальною міжнародною мовою спілкування. Між тим викладання англійської мови не повною мірою адаптовано до цих вимог.

До проблем підготовки фахівців авіаційної галузі, які виникли безпосередньо в умовах воєнного стану, доцільно також віднести наступні:

- цивільні аеропорти, поряд з військовими літовищами, стали пріоритетними цілями для ворога [Сімкова, 2023: с. 361],

- зупинили роботу всі авіаційні підприємства України, відповідно проходити повноцінну практичну підготовку зараз неможливо;

- через відсутність бомбосховищ в деяких закладах освіти, а частіше через небажання студентів відвідувати заняття в аудиторному режимі в умовах постійної загрози обстрілу, практично всі заняття проводяться в онлайн-форматі. Що саме по собі знижує залучення студентів до активної участі в навчальному процесі і практичного опанування професійних навичок на тренажерах;

- стоїть гостра потреба термінового навчання фахівців працювати з західною авіаційною технікою (як-от винищувачі F-16), яка готується для передачі Україні, а інструкторів і матеріально-технічної бази для такого навчання в нашій державі немає. Сюди ж можна віднести й проблему освоєння безпілотних літальних апаратів (не маленьких FPV-дронів, а великих, технологічно складних безпілотників типу RQ-4 Global Hawk і т.ін.).

Враховуючи проєвропейську спрямованість України і воєнний стан, основними трендами підготовки авіаційних фахівців на найближчі роки, вважаємо, будуть:

- вдосконалення системи вивчення іноземної (англійської) мови, без якої не можливе подальше освоєння західних зразків техніки;

- створення системи підготовки фахівців авіаційної галузі на основі європейських вимог у тісній взаємодії з підприємствами-роботодавцями;

- освоєння (обслуговування, ремонт, пілотування) сучасної західної авіаційної техніки та безпілотних літальних апаратів.

Таким чином, очевидним є те, що українська вища й фахова передвища освіта в сфері авіації потребує запровадження нових підходів та технологій навчання і професійної підготовки фахівців, відповідно до кращих світових стандартів, що є перспективним напрямком подальших наукових досліджень.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Кудлай Р.О. Закордонні та українські авіаційні заклади вищої освіти: порівняльний аспект. Аеро-2023. Повітряне і космічне право: матеріали Всеукр. конф. молодих вчених та студентів, Київ, 23 листоп. 2023 р. Київ, 2023. С. 48–51.

2. Михальченко О.А. Механізми регулювання ринку вантажних авіаційних перевезень та їх інституціональний розвиток. *Проблеми інфраструктури*. 2023. Вип. 28. С. 14-21.

3. Про затвердження Авіаційних правил України "Підтримання льотної придатності повітряних суден та авіаційних виробів, компонентів і обладнання та

схвалення організацій і персоналу, залучених до виконання цих завдань" [Електронний ресурс] // Офіційний вебпортал парламенту України. – 2019. – Режим доступу до ресурсу: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/z0316-19#Text>

4. Про нарощування спроможностей сил оборони [Електронний ресурс] // Офіційний вебпортал парламенту України. – 2024. – Режим доступу до ресурсу: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/3393-17#Text>

5. Сімкова Т.О., Гнатчук О.В. Стратегічні орієнтири розвитку авіаційних підприємств України у післявоєнний час. The 1st International scientific and practical conference “Modern research in science and education”. Chicago: BoScience Publisher, 2023. С. 360.

Рубан Ася

кандидат педагогічних наук,
старший викладач кафедри права і
соціальної роботи
*Ізмаїльський державний
гуманітарний університет, Україна*

РЕАЛІЗАЦІЯ СОЦІАЛЬНИХ ПРОЄКТІВ В УМОВАХ ВОЄННОГО СТАНУ

Надання соціальних послуг є важливим завданням кожної держави. З розвитком війни кількість людей, які потребують допомоги, значно зростає. Кількість інвалідів у другій половині війни зросла на 300 тис. до 3 млн. осіб. Агресія росії проти України тягне за собою неймовірні людські та матеріальні витрати. Українцям довелося мати справу зі зруйнованою інфраструктурою, втратою людських життів, транспорту, роботи та просто основних засобів до існування. Багато людей пішли з дому. За іншими даними, таких близько 5 мільйонів. Лікарі, які все ще постраждали від війни, потребують допомоги ще більше.

Соціальний проект – це ідея або концепція некомерційної спрямованості з метою привернення максимальної уваги цільової аудиторії. На сьогоднішній день, доведено, що соціальні проекти здатні досягти поставлених цілей та завдань за умови якісного та всебічного опрацювання ідеї, концепції, способів реалізації та візуального оформлення. У вік інформаційних технологій, саме візуальна концепція найбільш важлива і при правильному оформленні ефективна [Зачко, Іванус, 2019: с. 54].

Візуальна концепція соціального проекту повною мірою відображає суть, ідею та спрямованість самого проекту. Як видається, візуальна концепція – це стильове візуальне уявлення ідеї автора. У нашій роботі розглянемо візуальну концепцію соціального проекту

на прикладі просування соціального проекту, що базується на принципах турботи про екологію, переробку одягу та раціонального використання природних ресурсів.

Суть соціального проекту у приверненні уваги громадськості до проблем перенасичення ринку одягу та взуття, швидкоплинної моди та використання неякісних матеріалів, які завдають істотної шкоди навколишньому середовищу. Для реалізації проекту є можливим організація збору непотрібного одягу, пошук заводу з переробки тканин та дизайнерів, здатних створити концептуальну колекцію, а також пошуку майданчика для проведення заходу.

Соціальне проектування на сьогоднішній день представляється одним із безлічі підвидів конкретної діяльності, метою якої є безпосереднє рішення та подолання соціальних труднощів. Соціальне проектування також використовується у тих випадках, коли раніше не було необхідності в точковому підході та опрацюванні будь-яких конкретних гострих соціальних проблем і це безумовно є стимулом для розвитку даної галузі.

У тому випадку, коли потрібно чітко і конкретно опрацювання проблеми, соціальний проект як ніщо інше допоможе досягти поставлених цілей, а саме привернення уваги громадськості, що тягне за собою незаперечний заклик до зміни ситуації, що склалася, і вирішення давно назрілого питання. Соціальний проект у разі здатний виступити як посередник, проміжна ланка між суспільством і проблемою, за допомогою опрацювання проблеми щодо соціальних об'єктів.

Проект дозволяє повною мірою реалізувати творчий потенціал, цим проект є результатом творчого процесу, в тому числі. Соціальний проект, відбиваючи світ та її проблеми створює новий світ, цим допомагаючи реалізуватися творчому початку і виявити свідомість творчих людей у небайдужості й бажанні змінити проблему. Саме завдяки соціальному проектуванню та його реалізації чітко позначаються творчі засади та сутність отриманих знань.

Соціальний проект насамперед несе ідею якісної зміни духовно-морального середовища суспільства, зрушення парадигми свідомості та всілякі зрушення у морально-моральному аспекті, що насамперед визначається культурою, духовним і моральним вихованням суспільства в цілому.

Розглянемо основні завдання соціальних проектів:

- оптимізація та якісне покращення рівня життя людини;
- серйозні зміни у аспекті духовно-морального виховання;
- поліпшення способу взаємодії між різними групами людей один з одним.

Успіх маркетингової стратегії соціального проекту залежить від назрілих проблем та їх важливості для суспільства в даний момент часу та для кожної людини, зокрема. Аудиторія, виступаючи носієм соціальних проблем у разі і визначає маркетингову ефективність, стаючи свого роду маркером суспільних проблем соціальної спрямованості [Гузик, 2023: с. 392].

У соціальному середовищі визначення маркетингових комунікацій представляється як «Різні види соціальних зв'язків та комунікацій, як форма взаємодії суб'єкта (носія інформації) та аудиторії (отримувача інформації) у цільовому аспекті, об'єднані єдиною проблемою та бажанням її змінити за допомогою специфічної системи елементів та взаємозв'язків, продиктованих набором маркетингових комунікацій для найбільшого досягнення поставлених цілей та завдань».

Розглянемо різновиди маркетингових комунікацій у системі соціального проекту і не лише як сукупність дій, що робляться з метою досягнення поставлених завдань:

- особиста комунікація, що передбачає прямий контакт ініціатора та аудиторії (часто така форма близька у виконанні проекту акції);

– опосередкований контакт, який передбачає прямого зв'язку носія інформації та її одержувача, у разі, посередником виступає сама інформація безпосередньо.

Соціальний проект на сьогоднішній день є найбільш ефективним та дієвим способом взаємозв'язку з суспільством, покращення його морального фону шляхом використання маркетингових комунікацій у тому числі. Управління суспільством, його культурою та цінностями здійснюється шляхом складних маніпуляцій, з використанням технічних засобів та новітніх маркетингових технологій та методологій.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Гузик І. Особливості планування та реалізації проектів в умовах воєнного стану. Проблеми та перспективи розвитку системи безпеки життєдіяльності. Зб. наук. праць Міжнародної науково-практичної конференції молодих вчених, курсантів та студентів. Львів. ЛДУ БЖД, 2023. С. 392-395.

2. Зачко О. Б., Івануса А.І. Управління проектами: теорія, практика, інформаційні технології. Львів. ЛДУ БЖД. 2019. 173 с.

3. Пилипенко П.Д. Особливості реалізації прав у сфері праці та соціального захисту в умовах воєнного стану. Матеріали Круглого столу (12 травня 2022 р.). Львів. Харків. Вінниця. 2022. 214 с.

УГРУНТОВАНА ТЕОРІЯ ЯК МЕТОДОЛОГІЯ ЯКІСНОГО ДОСЛІДЖЕННЯ

Що стосується соціологічних досліджень, українська наукова література досі виявляє дефіцит уваги до якісних методів, порівняно з кількісними дослідженнями. Незважаючи на те, що кількісні підходи мають свої переваги та функції, використання лише цих методів накладає значні обмеження у можливостях глибшого розуміння явищ та процесів, що вивчаються.

Наукова спільнота в Україні, як і українська публіка, починаючи з 60-х років минулого століття, переважно асоціювали соціологічні дослідження із кількісними методами. Проте у часи незалежності до країни почали проникати практики з інтерпретативної соціологічної парадигми, включаючи якісні підходи, які є ключовими для розуміння складних соціальних явищ. Здебільшого сферами їх застосування є маркетинг і міжнародні проєкти, тоді як у академічному середовищі якісно-орієнтовані дослідження лишаються недостатньо описаними та розкритими.

Одним із підходів до якісних досліджень, який набирає дедалі більшої популярності серед науковців з різних дисциплін в усьому світі, є угрунтована теорія. Ця методологія заснована на систематичному аналізі якісних даних із метою побудови, “угрунтуванні” на цих даних нової теорії, яка б детально описувала та пояснювала досліджуваний феномен. Метою даної роботи є ознайомлення української аудиторії із даною методологією.

Угрунтована теорія як наукова методологія виникла великою мірою на основі соціологічної парадигми символічного інтеракціонізму. Вона розглядає людську діяльність через призму ставлення до об'єктів, які утворюються й змінюються через соціальну взаємодію.

Початково методологія представлена у роботі "Відкриваючи угрунтовану теорію: стратегії якісного дослідження" за авторством Барні Глейзера і Ансельма Штрауса [Glaser & Strauss, 1967]. Згодом методологія розвивалась, і розділилась на різні підходи: “систематичний” – Штрауса, у співавторстві з Джульєт Корбін [Strauss & Corbin, 1990], і “класичний” – Глейзера [Glaser, 1998]. Учениця двох авторів Кеті Шармаз пізніше презентувала ще один, власний підхід – Конструктивістську угрунтовану теорію, яка також здобула широке визнання [Charmaz, 2000].

Суть кожного з підходів полягає у специфічних акцентах авторів на певних принципах, послідовне застосування яких дозволяє досліднику називати свою роботу виконаною у цій методології. Опис усіх підходів та визначення відмінностей між ними є окремим напрямом дискусій у середовищі науковців, які практикують угрунтовану теорію. У контексті ж даної роботи варто визначити ті принципи, щодо яких існує широка згода. Далі їх наведено у модифікованому вигляді, з дещо більш розширеним поясненням:

1. “Етапи збору даних та їх аналізу проводяться одночасно, повертаючись від однієї діяльності до іншої як ітеративний процес.
2. Відбувається аналіз скоріше дій суб’єктів та процесів, ніж тем і структур, зображених у даних.
3. Використання методів постійного порівняння, зіставлення даних, із метою об’єднання даних за принципом схожості або змістовного зв’язку.
4. На основі даних виділяються категорії, або концепти, які розширюються і збагачуються у ході аналізу.
5. Виділення категорій за допомоги систематичного аналізу даних є індуктивним процесом, тобто таким, що об’єднує дані у дедалі ширші категорії.
6. Акцент на конструюванні нової теорії замість опису або застосування наявних.
7. Використання теоретичної вибірки, тобто пошуку джерел інформації, виходячи з потреб насичення категорій на конкретному етапі досліджень.
8. Пошук варіацій досліджуваних категорій або процесів.
9. Пріоритезація виділення категорій вище, ніж осягнення специфічних емпіричних тем.” [Charmaz, 2014: с. 15]

Отже, відмінності у підходах авторів є великою мірою результатом формування відмінних бачень використання, або досягнення відповідності дослідження цим принципам. Науковці з різних дисциплін, які вирішують використати методологію угрунтованої теорії, часто декларують відповідність своїх методів одному з трьох підходів.

Втім, у 2021 році оглядачі Л. М. Стау і С. Лі проаналізували 210 робіт із використанням методології угрунтованої теорії, написаних протягом попередніх 18 років, і опублікованих у журналах, присвячених проблемам освіти. У результаті дослідження було виявлено, що у 154 випадках угрунтована теорія використовувалась тільки як підхід до аналізу якісних даних, і лише у 62 роботах пропонувалася до розгляду теорія, відкрита у процесі дослідження. Значна частина робіт також використовує змішаний підхід, не вказуючи на чітке дотримання одного з наявних, або загалом використовує лише деякі

елементи та принципи ґрунтованої теорії. Тому, разом із популярністю методології, зростають і вимоги до більш повного та якісного її використання. [Stough & Lee, 2021]

Отже, ґрунтована теорія як методологія якісного дослідження являє собою набір принципів, які дозволяють відкрити нову теорію у ході ітеративного процесу індуктивного порівняльного аналізу якісних даних, спрямованого на виділення та розвиток змістовних категорій, які описують дії та процеси, пов'язані з досліджуваним феноменом. Ця методологія має широкі можливості застосування у різних наукових дисциплінах щодо різних змістовних сфер, будучи гнучкою у використанні. Втім, високими є і вимоги до якості імплементації принципів. Допомогти у цьому можуть підходи Штрауса, Глейзера, або Шармаз – основних авторів методології.

У даній роботі наведено загальний опис ґрунтованої теорії. Більше деталей буде розкрито у майбутній статті автора на цю тему.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Glaser, B., & Strauss, A. The Discovery of Grounded Theory: Strategies for Qualitative Research / Glaser, B., & Strauss, A. // Mill Valley, CA. – Sociology Press. – 1967. – 272 p.
2. Strauss, A., & Corbin, J. M. Basics of qualitative research: Grounded theory procedures and techniques. / Strauss, A., & Corbin, J. M. // Sage Publications, Inc. – 1990. – 254 p.
3. Glaser, B. Doing Grounded Theory: Issues and Discussions. / Glaser, B. // Mill Valley, CA. – Sociology Press. – 1998. – 254 p.
4. Charmaz, K. Grounded theory: Objectivist and constructivist methods. / N. K. Denzin and Y. Lincoln. // Handbook of Qualitative Research. – Thousand Oaks, CA. – Sage Publications, Inc. – 2000. – p. 509-535.
5. Charmaz, K. Constructing Grounded Theory. / Charmaz, K. // Los Angeles: Sage. – 2014. – 416 p.
6. Stough, L. M., & Lee, S. Grounded Theory Approaches Used in Educational Research Journals. / Stough, L. M., Lee, S. // International Journal of Qualitative Methods. – 2021. – № 20. – p. 1–13.

СТАТЕВЕ ЖИТТЯ ЯК НЕВІД'ЄМНА СКЛАДОВА СТАНОВЛЕННЯ ОСОБИСТОСТІ: ЗАГАЛЬНОПРИЙНЯТІ НОРМИ ТА РИЗИКИ РАННІХ СТАТЕВИХ ЗНОСИН

В сучасних умовах скоріше нормою, ніж девіацією, є раннє статеве життя. Статистика свідчить про те, що підлітки розпочинають статеві зносини з 12-13 років, що, звісно, підвищує ризики порушення їх фізіологічного та статевого розвитку. Тому метою роботи є визначення загальноприйнятих норм та ризиків раннього статевого життя підлітків.

Підлітковий вік — особливий період розвитку людини — перехід від дитинства до дорослого життя. Важливою частиною дорослого життя є статеве життя. Статеве дозрівання є період швидкого фізичного росту і статевого дозрівання, що відбувається в підлітковому віці. Статеве дозрівання у дівчат починається приблизно в 10 років, у хлопців приблизно на півтора року пізніше. Семантичне значення поняття «статева зрілість» - це стан організму, що характеризується загальним фізичним розвитком та функціональним станом статевих органів, який дає змогу людині без шкоди для здоров'я здійснювати статеві функції. Судово-медичне поняття «статева зрілість» означає такий стан організму людини, за якого вона може виконати всі статеві функції без шкоди для здоров'я. Щодо осіб жіночої статі, то зазвичай йдеться про статеві зносини, зачаття, пологи й вигодовування дитини. Відносно осіб чоловічої статі – здатність регулярних статевих зносин і запліднення [Герасименко, 2002: с. 72].

Здатність, а також бажання вести активне статеве життя у підлітків виникає ще до того, як настає можливість зрілої реалізації таких відносин. Разом з тим, вступаючи в статеві зносини, підлітки не завжди повною мірою усвідомлюють про наслідки. Раннє статеве життя, штучна стимуляція статевих потреб, не лише загострюють ризик настання різних захворювань, у тому числі й венеричних, і проведення абортів, а й перешкоджає нормальному дозріванню психосексуальної індивідуальності, відволікає увагу від досягнення соціально важливих цілей (отримання освіти, вибір професії тощо), породжує психологічні проблеми – робить підлітків цинічними, безсоромними, не здатними розуміти глибокі почуття, що може негативним чином вплинути на майбутнє сімейне життя підростаючого покоління.

Згідно з дослідженням дитячого фонд ООН (ЮНІСЕФ) «Соціальна обумовленість та показники здоров'я підлітків і молоді в Україні»: у віці 13–17 років кожен четвертий хлопець та кожна восьма дівчина (12,4%) мають досвід статевих стосунків. Кожен третій підліток, який має досвід статевих стосунків, не використовував презерватив під час першого статевого акту [ЮНІСЕФ, 2019].

Слід зазначити, що більшості країн світу вік сексуального повноліття варіюється між 14 та 18 роками. Найменше з таких обмежень – 9 років у Ємені, а найбільше – 22 роки у Мадагаскарі, проте у Омані та Саудівській Аравії такі обмеження не встановлені. Серед країн Європейського союзу найнижчу вікову межу, встановлену законом як статеве повноліття, має Королівство Іспанія: 13-літні мають повне право на статевий акт. 14 років – це вік статевого повноліття, наприклад, в Австрійській Республіці, Естонській Республіці та Республіці Хорватії. 15-літні мають право на сексуальне життя у Французькій Республіці та Грецькій Республіці. У 16 років – статеве повноліття у Королівстві Бельгії та Фінляндській Республіці. До 17 років мусять чекати на сексуальне життя на законній основі у Республіці Кіпр та Республіці Ірландії. Турецька Республіка, Держава-місто Ватикан, Святий престол, Республіка Мальта для початку статевого життя ставлять вимогу досягнення особою 18 років; деякі країни Близького Сходу статеву зрілість пов'язують з фактом вступу особи у шлюб.

Натомість Законом України від 14 березня 2018 р. № 2334-VIII «Про внесення змін до Кримінального кодексу України щодо захисту дітей від сексуальних зловживань та сексуальної експлуатації» до Розділу IV Злочини проти статевої свободи та статевої недоторканості Особливої частини КК України, внесено зміни, які суттєво торкнулися статті 155. Законодавцем реалізовано ідею заміни статево незрілого стану, на більш наглядний і менш суперечливий віковий критерій. А тому, згідно зі статтею 155 Кримінального кодексу України, вік статевої зрілості закріплено на межі 16 років. Тобто саме цей вік вважається закінченням етапу статевого дозрівання на законодавчому рівні [Кримінальний кодекс України, 2001].

Можна відзначити, що загальновизнаним у міжнародному праві є положення, що дитина, внаслідок її фізичної та розумової незрілості, потребує спеціальної охорони і піклування, зокрема належного правового захисту. Необхідність особливого захисту дітей уперше проголошено в Женевській декларації прав дитини 1924 року, згодом підтверджено в Загальній декларації прав людини у 1948 року, Декларації прав дитини (1959 р.) й закріплено в Міжнародному пакті про економічні, соціальні і культурні права (1966 р.), Міжнародному пакті про громадянські і політичні права (1966 р.) та у Конвенції про права дитини 1989 року. Україна, ратифікувавши згадані міжнародно-правові акти, взяла на себе

зобов'язання вжити всіх необхідних законодавчих, адміністративних і просвітницьких заходів щодо захисту дітей від усіх форм фізичного та психічного насильства, образи чи зловживань, недбалого піклування або його відсутності [Косенко, 2002: с.41-45].

Таким чином, віковий початок статевого життя в усіх країнах світу нормативно та законодавчо унормовано, не є винятком і Україна. Раннє статеве життя суттєво шкодить як фізіологічному, так і психологічному здоров'ю підлітків, порушує процес становлення особистості. Регулювання статевої недоторканості особи істотно залежить від моральних, культурних, соціальних, законодавчих та історичних факторів а шлях до створення здорової нації повинен закладатися всебічно з підліткового віку, що є перспективним напрямком подальших соціологічних досліджень.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Герасименко О. І. Словник-довідник термінів судової медицини. Київ: Ін Юре, 2002. 482 с.
2. Косенко С. Захист новим кримінальним законом неповнолітніх від статевих злочинів. Право України. 2002. № 5. С. 41-45.
3. Кримінальний кодекс України. [Електронний ресурс] // Відомості Верховної Ради України. 2001. № 25-26. – Режим доступу до ресурсу: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2341-14#Text>.
4. ЮНІСЕФ: Українські підлітки нехтують своїм здоров'ям. [Електронний ресурс]. – 2019 – Режим доступу до ресурсу: <http://surl.li/mgmz>.

Смірнова Катерина

здобувачка 4 року навчання факультету географії, туризму та історії
Криворізький державний педагогічний університет, Україна

СОЦІАЛЬНА ПОВЕДІНКА: ВИЗНАЧЕННЯ СУТНОСТІ ТА ЗАГАЛЬНА ХАРАКТЕРИСТИКА ФОРМ ПРОЯВУ

Соціальна поведінка є ключовим поняттям в соціології, психології та інших наукових галузях, що вивчають поведінку людини, особливості її взаємодії з оточуючим світом. Це поняття розкриває сутність та динаміку взаємовідносин індивіда з іншими людьми та суспільством в цілому. У науковому дискурсі під соціальною поведінкою розуміють властиву людині форму взаємодії з навколишнім соціальним середовищем, опосередкованою як її зовнішньою структурою й організацією, так і феноменами свідомості самої людини. Однак у конкретних науково-дослідницьких практиках існують різні

уявлення про чинники соціальної поведінки, обумовлені дисциплінарною та методологічною специфікою їх наукового вивчення. З-поміж цих чинників одні дослідники називають психологічні особливості індивідів, їхні переконання та потреби, а також зовнішнє середовище, інші – когнітивні процеси, соціальні умови та їхні зміни, окрім того культурні, політичні та економічні умови існування у межах конкретного соціуму.

У соціології виокремлюють два альтернативні підходи до пояснення соціальної поведінки: особистісний і ситуаційний. Прихильники першого підходу зазначають, що соціальна поведінка визначається, насамперед, індивідуальними рисами характеру людини. Натомість, прихильники другого вважають, що соціальна поведінка, по-перше, зумовлена безпосередньо соціальною ситуацією, в якій перебуває людина; по-друге, на соціальну поведінку впливає її суб'єктивна інтерпретація соціальної ситуації, яка не є ні її повним віддзеркаленням, ні продуктом довільного «конструювання реальності», а виступає саме результатом взаємодії людиною з соціальною ситуацією.

Маючи намір дати вичерпне визначення соціальної поведінки, зауважимо, що її слід розглядати як складну та многогранну категорію. Взагалі, соціальна поведінка – це прояви діяльності людини, які розглядаються у контексті її взаємодії з іншими індивідами, групами, спільнотами, а також з урахуванням впливу соціокультурного середовища та інших чинників, що детермінують її поведінку [Алексєнко, 2011].

Отже, у першу чергу, важливо розглядати соціальну поведінку як систему взаємозв'язаних дій та реакцій людини на подразники з соціального середовища. Ця система може включати в себе різноманітні аспекти, такі як вербальна та невербальна комунікація, жести, міміку, а також рішення та дії, спрямовані на досягнення певних цілей чи задоволення певних потреб. Соціальна поведінка може бути як свідомою, так і несвідомою, відображати індивідуальні реакції на зовнішні стимули або бути обумовленою соціокультурними стандартами і нормами.

Другий важливий аспект визначення соціальної поведінки пов'язаний із її соціальною природою. Вона завжди визначається у контексті взаємодії з іншими людьми, і саме ця взаємодія визначає форму та характер соціальної поведінки. Іншими словами, соціальна поведінка обумовлена наявністю інших індивідів у процесі взаємодії та її характер залежить від цих взаємодій.

Окрім цього, визначення соціальної поведінки не може ігнорувати вплив соціокультурного контексту та інших зовнішніх чинників. Суспільні норми, цінності, традиції, інституції, історичний фон і багато інших аспектів соціокультурного середовища впливають на формування та розвиток соціальної поведінки. Таким чином, визначення соціальної поведінки має включати в себе аналіз соціокультурного контексту та його

впливу на індивіда.

Соціальна поведінка проявляється у різних ситуаціях та контекстах, вона може приймати різні форми. Ідеться, у першу чергу, про такі її форми прояву, як поведінка в групі, соціальна адаптацію, колективні дії та девіантна поведінка.

Поведінка в групі – це один із основних видів соціальної поведінки. Групи можуть варіюватися від малих дружніх колективів до великих організацій та спільнот. Поведінка в групі включає в себе взаємодію, спілкування та спільну діяльність індивідів у рамках групового контексту. У групах індивіди можуть виконувати різні ролі, взаємодіяти один з одним, вирішувати спільні завдання та розвивати соціальні відносини. Групова динаміка, включаючи лідерство, конфлікти, співпрацю та конформізм, впливає на те, як індивіди сприймають себе та інших у групі [Башук, 2014].

Соціальна адаптація відображає здатність індивіда змінювати власну поведінку та адаптувати її до соціальних норм, очікувань й вимог. Це процес, який допомагає індивіду інтегруватися в суспільство та функціонувати в системі визнаних соціальних ролей та статусів. Соціальна адаптація визначається можливістю індивіда вчитися, асимілювати соціальні цінності та навички, ефективно взаємодіяти з іншими членами суспільства.

Колективні дії включають в себе масові акції, демонстрації, протести, страйки та інші форми спільної діяльності, в яких беруть участь великі групи людей. Ці дії можуть бути спрямовані на досягнення певних соціальних, політичних чи економічних цілей. Колективні дії визначаються груповою мобілізацією і координацією індивідів, які спільно виступають з метою вплинути на суспільні процеси та змінити статус-кво.

Девіантна поведінка визначається як поведінка, яка відхиляється від соціальних норм, стандартів та очікувань. Ця поведінка може бути протиправною, аморальною, неприйнятною соціально або морально. Девіантна поведінка може приймати різні форми, включаючи злочинні, асоціальні дії або дії, які суперечить загальним соціальним цінностям. Вивчення девіантної поведінки допомагає суспільству розуміти, як реагувати на порушення норм через запровадження соціальних, правових та інших механізмів [Васильченко, 2016].

Узагальнюючи зазначимо, що соціальна поведінка є ключовим аспектом життя людини. Її визначення вимагає розгляду як комплексної системи дій та взаємодій, яка відображає вплив соціальних, психологічних, культурних та інших чинників на поведінку людини у суспільстві. Вивчення цього поняття допомагає розуміти, аналізувати та прогнозувати поведінку індивідів та сприяє розвитку соціальних наук і практичному застосуванню отриманих знань. Форми прояви соціальної поведінки також залежить від набору соціальних ролей, статусів, структури суспільства та агентів, які впливають на індивідів.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Алексеєнко Т. Ф. Мотивація соціальної поведінки та механізми її формування. Соціальна педагогіка: теорія та практика. 2011. № 4. С. 4-10.
2. Башук С. Г. Соціальна поведінка і вплив цінностей на неї. Науковий вісник Міжнародного гуманітарного університету. Серія: Юриспруденція. 2014. № 8. С. 4-7.
3. Васильченко О. М. Соціальна поведінка особистості у різних сферах суспільної взаємодії : соціально-психологічний аналіз. Науковий вісник Херсонського державного університету. Серія : Психологічні науки. 2016. Т. 2. № 1. С. 111-116.

Стрішкова Юлія

здобувачка 1 року навчання факультету управління,
адміністрування та інформаційної діяльності
*Ізмаїльський державний гуманітарний
університет, Україна*

ЖИТТЯ УКРАЇНЦІВ ЗА КОРДОНОМ ВНАСЛІДЛОК ПОВНОМАСШТАБНОГО ВТОРГНЕННЯ РФ НА ТЕРИТОРІЮ УКРАЇНИ

За різними оцінками, сьогодні за кордоном перебувають близько 6 мільйонів українських біженців. Більшість людей підтримують зв'язок с Україною та намагаються повернутися на Батьківщину щоб продовжити своє життя, яке не склалося за кордоном.

За кордоном українські біженці стискаються с такими проблемами як: незнання мови, відсутність житла, складності с працевлаштуванням , недостатність або відсутність інформації про оформлення статусу біженців.

Причиною повернення до своєї країни зазвичай є патріотизм і любов до України, вони шукають підтримку та захист ,тому що в чужій країні не відчують цього, і мають проблеми з забезпеченням власного добробуту. В Україну повернулися як незаміжні особи, так і з родиною, але більшість там, де є діти з метою щоб їхні діти навчалися в Україні , а батьки мали змогу працевлаштуватись та жити у своїх домівках. Ті, хто повернулися, особливо на заході України з більшою імовірністю планують залишитися-можливо тому, що західні регіони є безпечніші.

Українці, які залишилися жити за кордоном, уважно стежать за українськими новинами та допомагають громадянам та захисникам України , беруть участь у громадських заходах- волонтерство, донати, мітинги.

Стосовно переміщення українських біженців в ЄС, раніше на першому місці по кількості була Польща, зараз Німеччина вийшла на перше місце за кількістю українських біженців – у цій країні нині приблизно 1,2 мільйона українців. Водночас переміщення наших громадян до країн ЄС продовжується. У Німеччині та Польщі перебуває третина від усіх українських біженців. Від початку повномасштабної війни в Україні кордон сусідньої Польщі перетнули 9 мільйонів українців. Ця країна прихистила найбільше наших громадян. Крім особистої безпеки, суттєвою мотивацією до переїзду стало бажання забезпечити дітям нормальні умови для навчання і спілкування [Потапенко, 2023: с. 17].

Однією з найактуальніших проблем для українців є пошук житла. Людей, які прибули до Польщі під час найгострішої фази війни, розміщували в таборах для біженців, розміщували в пансіонатах, школах, торгових центрах з необхідними санітарними умовами, обладнаними ліжками, місцями, де можна було купатися, готувати їжу, прати речі тощо. Імміграція з України спричинила величезний попит, зробивши житло в Польщі дорожчим і його важко знайти. Проблема спонукала багатьох людей шукати притулку у більш віддалених країнах. Тим часом щасливчики, які зняли квартиру, насилу «тягнуть» до сьогодення.

Однією з головних причин еміграції багатьох українців є створення безпечних, прийнятних умов для життя та розвитку дітей. Опитування показують, що наразі батьки стурбовані психологічним та емоційним станом своїх дітей, які пережили військові загрози та травматичні переїзди. Адже це впливає на їх загальний стан здоров'я.

Крім того, українські батьки також дуже стурбовані польською освітою своїх дітей у польських школах. Глибинні інтерв'ю показали, що цей адаптаційний період був складним як для дітей, так і для батьків. Деякі українці скаржаться на відсутність українських шкіл і курсів української мови. В основному ця проблема актуальна для великих міст.

Наразі ситуація проживання українців у Польщі залежить передусім від офіційної позиції країни перебування. Деякі іммігранти скористалися правами тимчасового захисту, які видавалися на один рік. Він може бути продовжений ще два рази, максимум до 6 місяців. Як буде регулюватися подальше перебування українців, залежатиме від польського законодавства.

Незважаючи на поточну ситуацію в Україні, значна частина українців, які були змушені виїхати за кордон через повне вторгнення Росії в Україну, хотіли б повернутися в Україну. Навпаки, майже кожен п'ятий українець, який виїхав за кордон через військові дії в Україні, розглядає можливість залишитися в країні перебування.

Ця цифра може бути значно нижчою, оскільки українці, які були змушені покинути країну через масове російське вторгнення в Україну, зіткнулися з певними проблемами в країні перебування. Найчастіше українці за кордоном стикалися з такими труднощами, як незнання мови, труднощі з пошуком роботи, відсутність житла та труднощі з пошуком житла, брак грошей і доходів. Поверненню українців, які були змушені виїхати за кордон через масове вторгнення в Україну, перешкоджає відсутність роботи в Україні, відсутність або зруйноване житло та небезпеки, які можуть чекати на них в Україні. Тому поверненню українців за кордон спочатку сприяє те, що війна або будь-які бойові дії на території України закінчилися, вони можуть знайти роботу і отримати фінансову підтримку для повернення в Україну, житло або адекватну компенсацію, а кожен десятий респондент нічого не просить, оскільки готовий повернутися в будь-якому випадку. Основною причиною, чому українці хочуть повернутися в Україну, є патріотизм і любов до України. Ці фактори мають бути в центрі державної політики. Тому важливо, щоб українці, які були змушені виїхати за кордон через військові дії, не втрачали зв'язок з Україною, українською мовою, історією та культурою.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Потапенко В. Вплив міграції на соціально-економічну ситуацію в Україні. Київ. НІСД. 2023. 33 с
2. Тілікіна Н.В. Проблеми українськи біженців та осіб, які шукають тимчасовий притулок за кордоном, внаслідок повномасштабного вторгнення РФ на територію України. Економіка та держава. 2022. №9. С. 69-76.

Тіссен Кирило

здобувач 4 року навчання факультету географії, туризму та історії
Криворізький державний педагогічний університет, Україна

ЕКСТРАСЕНСИ ЯК СОЦІАЛЬНІ АГЕНТИ МАНІПУЛЯЦІЙ МАСОВОЮ СВІДОМІСТЮ В УМОВАХ ВІЙНИ

Постановка проблеми. В умовах глобальних викликів – техногенних та природних катастроф, соціальних потрясінь, воєнних конфліктів, у періоди особистісних трагедій і криз, коли у суспільстві спостерігається зріст різноманітних змінених станів свідомості – люди все частіше звертаються до різного роду пророцтв, елементів містики та магії, навіть окультизму.

У світлі подій, пов'язаних з широкомасштабним збройним конфліктом, який почався з лютого 2022 року, в Україні помітно зросла активність і популярність екстрасенсів як суб'єктів-носіїв надзвичайних здібностей. Між тим так звані пророцтва екстрасенсів, як правило, не мають наукової основи, а відтак вводять в оману своїх симпатиків. Тому актуалізується потреба у дослідженні маніпулятивного впливу екстрасенсів на масову свідомість.

Ступінь розробленості проблеми. Питання екстрасенсорики як соціального явища та екстрасенсів як соціальних агентів впливу на масову свідомість у науковій літературі є недостатньо дослідженим, між тим до науковців, які розглядали його у своїх працях можна віднести зарубіжних дослідників Г. Гулліксена, П. Лайнбарджера, українських - В. Богдановського, О. Кокуна, Г. Нівню та інших. Однак залишається недостатньо дослідженою проблема впливу екстрасенсів на масову свідомість в умовах російсько-української війни. Тому *метою даної наукової роботи* є пошук відповідей на питання: яким чином екстрасенси в умовах війни впливають на масову свідомість. Для досягнення мети необхідно вирішити наступні питання: по-перше, що являє собою екстрасенсорика; по-друге, яким чином екстрасенси впливають на масову свідомість і, по-третє, емпірично верифікувати маніпулятивний вплив екстрасенсів як соціальних агентів на масову свідомість.

Викладення основного матеріалу. Екстрасенсорика як соціальне явище не є випадковим, значною мірою воно є природним і зумовленим наявністю цілої низки зовнішніх та внутрішніх чинників, що вплинули на складання певної соціокультурної реальності сьогодення. Наразі, під час війни, свідомість українського суспільства знаходиться у своєрідному синтезі вагань між вірою і безвір'ям, тож цілком логічним є пошук джерела надії, шляхів виходу за межі жорсткої реальності за допомогою своєрідних «провідників сакральних знань», якими і виступають екстрасенси. Між тим, наразі так і не існує цілісної та чіткої картини впливу екстрасенсів на соціально-культурну сферу. Весь напрацьований дослідницький потенціал розуміння внутрішніх механізмів функціонування їхньої діяльності в соціумі є недостатнім і це спонукає до більш заглиблених досліджень.

Беручи до уваги і той факт, що для сучасного українського суспільства медіапростір став важливим каналом комунікації, а кількість різноманітних джерел інформації і доступ до них постійно збільшується, дуже важливо усвідомлювати додаткові ризики щодо маніпуляції масовою свідомістю. Хоча існують різні точки зору з приводу надприродних здібностей екстрасенсів та певний скепсис щодо наукового підґрунтя цього явища, їх вплив на сучасний медіапростір і споживачів інформації є незаперечним.

Контент-аналіз, проведений нами в період з жовтня по грудень 2023 року, показав, що наразі на теренах Інтернету налічується велика кількість екстрасенсів: від закарпатських мольфарів і «ясновидців» - до «перуанських шаманів» і «пророків». Вони мають свої веб-сайти, ведуть блоги, в них є профілі в соціальних мережах, де публікуються відео, статті, надаються поради щодо особистісних відносин, здоров'я, ведення бізнесу тощо. Споживач має можливість звернутися до них за допомогою у виді онлайн-консультацій, замовити оберег, або навіть пройти онлайн-навчання з нумерології. Так, за даними інтернет-видання «Детектор медіа», з початку повномасштабного вторгнення Росії в Україну і на початок 2023 року різні українські медіа опублікували понад 22000 матеріалів, які містять різного роду пророцтва від ясновидців, астрологів тощо, а самі публікації набрали майже 150 млн. переглядів [2]. Кількість підписників і переглядів відеороликів найбільш популярних українських екстрасенсів, на платформі YouTube наступна: Людмила Хомутовська має 385 тис. підписників та понад 90 тис. переглядів [4]; Валерій Шатилович – 113 тис. підписників та понад 171 тис. переглядів [1]; Макс Гордєєв – 151 тис. підписників каналу, понад 610 тис. переглядів [5]. Наведені дані свідчать про те, що діяльність екстрасенсів на сучасному етапі є затребуваною в українському суспільстві: є досить широка цільова аудиторія, на їхні прогнози очікують, а відповіді на болючі питання сприймають як істину останньої інстанції, про що свідчать коментарі під відеороликами і кількість вподобань.

Зважаючи на той факт, що в Україні йде війна, така популярність екстрасенсів цілком зрозуміла, оскільки є запит українського суспільства на своєрідне диво на тлі трагічних подій в країні, спроба й намагання знайти альтернативну точку зору, підсвідоме бажання отримати психологічний стрижень душевного спокою та внутрішньої гармонії. В свою чергу, екстрасенси пропонують своїй аудиторії контент, який майже повністю задовольняє вищевказаним очікуванням суспільства, використовуючи при цьому весь спектр маніпулятивних засобів, зокрема інформативних, невербальних і соціально-психологічних. Базовим елементом тут виступає маніпуляція почуттями: екстрасенси емоційно захоплюють аудиторію, навіюють їй певні настрої та ідеї. Головною суттю цього феномена, вперше описаним Г. Лебоном є зниження інтелектуальної активності реципієнта і інтенсифікація емоцій [3].

Разом з тим не можна відкидати і позитивного фактору впливу діяльності екстрасенсів: в такий скрутний час далеко не кожен може дозволити собі скористатися послугами обізнаного психолога для підтримки власного психічного та психологічного стану; сама ж екстрасенсорика як така, за рахунок власних певних функцій, зокрема світоглядної, адаптивної, компенсаторної дає унікальні можливості для реалізації

творчості, власних амбіцій, самореалізації особистості, задається вектор життєвих цінностей та ідеалів.

Висновки. З огляду на те, що екстрасенсорика взагалі є багатогранною та складною структурою, яку можна визначити як реальний механізм конструювання соціокультурної реальності, наслідки впливу діяльності екстрасенсів як соціальних агентів на масову свідомість цілком закономірно можуть носити як негативний, так і позитивний характер. Тому важливо розвивати критичне мислення та здатність аналізувати інформацію, яку подають населенню екстрасенси та інші медіа-фігуранти. Особливу увагу необхідно звернути на етичні аспекти використання матеріалів, пов'язаних з діяльністю екстрасенсів в медіа та підкреслити важливість відповідальності такого використання. В умовах сьогодення вкрай необхідним є відкритий діалог між науковою спільнотою, медіа та суспільством. Спільні зусилля у напрямку освіти, популяризації критичного мислення сприятимуть формуванню більш обізнаного суспільства в епоху інформаційних викликів та стануть перешкодою на шляху деструктивних маніпуляцій екстрасенсів.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Валерій Шатилович. URL:<https://www.youtube.com/channel/UC33aVO2gWf3O-6VidZ3dTYRg> (дата звернення 1.12.2023).
2. Детектормедіа URL: <https://detector.media/infospace/article/207368/2023-01-25-vid-rochatku-povnomasshtabnogo-vtorgnennya-rosii-ukrainski-media-opublikuvaty-22-tysyachi-materialiv-iz-magichnuyu-peredbachennyamy-ligalife> (дата звернення 1.12.2023).
3. Лебон Г. Психологія мас і народів. Київ: Андронум, 2020.-210 с.
4. Людмила Хомутовська. URL: <https://www.youtube.com/channel/UCf8AjL-rGHYQwePIRdT-sBKg> (дата звернення 1.12.2023) .
5. Мольфар Макс Гордєєв URL: <https://www.youtube.com/channel/UCuUkVLLzsV0s5q6IJb6JZbw> (дата звернення 1.12.2023).

TRANSFORMATION OF EVERYDAY SOCIO-ECONOMIC PRACTICES OF UKRAINIANS IN THE CONTEXT OF THE RUSSIAN-UKRAINIAN WAR

The humanities' interest in everyday life is relevant due to the increasing amount of social and cultural governance occurring at the level of everyday practices and structures. This is particularly significant in the context of the collapse of metanarratives and the crisis of ideologies, where these everyday structures demonstrate greater stability than ideological and political structures. For over a century, European civilization has been revising its cultural foundations. Research in the field of everyday life has also been ongoing for the same duration.

The topic of everyday life has been extensively studied in sociological discourse. However, it is currently gaining more relevance in the context of crisis and social turbulence. The issue of everyday life and its associated practices has been widely discussed in the works of both foreign and domestic scholars. Drawing on A. Schütz's concept, it can be argued that everyday life constitutes a 'higher reality' and that the practices that are reproduced within it form the basis of further human activity. This raises the question of the extent to which the Russian-Ukrainian war has transformed the everyday life of the Ukrainian population.

The concepts of everyday life proposed by P. Berger and T. Lukman, which suggest that reality is organized around «here» - our bodies, and «now» - the present moment, are of interest. It is important to note that this analysis is based on objective observations and does not include any subjective evaluations. There are parallels to be drawn with how the behaviour of ordinary Ukrainians is shaped by the routine occurrence of air raid alerts. This can be viewed from two perspectives: leisure activities and the fragmentation of the work process. Both of these factors can affect productivity in all areas of life. It is important to consider the impact on military personnel and volunteers, for whom external factors have radically transformed their sense of presence. While the concept of "now" requires the acquisition of new skills that are sometimes diametrically different from those that took place in ordinary civilian life.

Considering everyday practices as routine, occurring regularly and without much emotional colouring, it is customary to mention extraordinary practices as those that fall outside the routine. These practices resemble curious or emergency situations but are accompanied by everyday activities. An example of this is the practice of distance learning, which has become commonplace in the context of the current security situation.

According to the phenomenologist B. Waldenfels, 'everyday life' is the process of reproducing the everyday world. An important aspect of this process is routinization, which involves the repeated reproduction of patterns of human practices and dispositions. In summary, 'everyday life' involves forming habits at the level of everyday life through repeated actions according to a certain well-established pattern. Cultural and leisure practices that emerged during the Russian-Ukrainian war are among the markers of contemporary everyday practices. The study 'Cultural Practices of the Population of Ukraine: Behavior and Attitudes' conducted by the Kyiv International Institute of Sociology (KIIS) provides insight into this phenomenon.

Taking into account the cultural practices that have emerged since the start of the Russian-Ukrainian conflict, we will utilise the following findings.



Fig. 1 shows the distribution of answers to the question «How has the Russian-Ukrainian war affected your cultural practices» [1].

The results indicate that over 78% of respondents have started to include more works by Ukrainian authors in their cultural leisure activities. This suggests that activities such as listening to music and reading works by Russian-language authors are being replaced on a daily basis. Some individuals express their protest against the invader and their cultural output through certain practices. Additionally, a few respondents find comfort in creating and reproducing artworks. 24% of the respondents did not notice any difference. This may be due to the lack of changes in practices after the full-scale invasion, which could be attributed to the specificity of such practices or to a certain lack of a principled position on this issue.

For a more detailed explanation of everyday cultural practices and their transformation in the context of war, please refer to the following figure.



Fig. 2 shows the distribution of answers to the question «How has the Russian-Ukrainian war affected the way you consume the following cultural products» [1].

The figure indicates a trend towards increased consumption of Ukrainian media products and a decrease in the consumption of Russian-made content to some extent. For Ukrainians, the most straightforward method of transitioning to Ukrainian media is for 52.5% of respondents to switch to Ukrainian media, and for 40.7% to stop listening to Russian-language music. However, it may be more challenging for some to give up websites and bloggers that have become a part of their daily routine. It is also possible that some Ukrainians have not consumed Russian-language content since 2014.

In summary, it is important to note that everyday practices are events that occur frequently and without much reflection. However, a controversial question arises: what influences the formation of these practices? When considering consumption practices, it can be argued that behavioral practices are partially shaped by the content we consume, such as media, movies, friends, and social environments. This implies that external factors can shape practices and lead to transformation, as is currently happening in Ukraine through the careful selection of authors and ideas. Future research should focus on the transformation of everyday practices in the education sector, which has undergone significant changes in response to the security environment.

References:

1. Cultural Practices of the Population of Ukraine: Behavior and Attitudes. Results of a sociological survey. Analytical report. February 2023. URL: https://www.kiis.com.ua/materials/news/20230320_d1/UCBI_Culture2023_rpt-UA_fin.pdf

ДИСКУСІЙНА ПЛАТФОРМА 2

Тематичні напрямки: соціальні виміри повсякденності; соціологічний вимір підприємницької діяльності; Європейські практики соціального партнерства та діалогу в Україні; сучасні практики соціальної відповідальності в Україні та світі

Artemenko Veronika,

first-year student, specialty «Philology»
«Professional College of Kyiv International University, Ukraine,

Artemenko Svitlana,

Candidate of Sociological Sciences, Associate Professor,
Faculty of Personnel Management, Sociology and Psychology,
Kyiv national economic university named after V. Hetman, Ukraine

THE STUDENTS'S SOCIAL RESPONSIBILITY IN THE CONTEXT OF GUIDING PRINCIPLES OF SUSTAINABLE DEVELOPMENT

Introduction. Nowadays, adherence to the pivotal principles of sustainable development is the key to stability in society, countering the global challenges of modernity in general. At the same time, the social policy of the state should contribute to the popularization of the above-mentioned principles among student youth as the main active resource of society. Strategic directions for the development of social responsibility in modern conditions should encourage applicants of higher education to relate to results of their activity in a more meaningful way, consciously contribute to the sustainable development of society, and work for the welfare of their state. It will also contribute to the development of their active civil position, patriotic upbringing and more effective economic development of society under martial law as a whole.

Review of literature. The problems of social responsibility of students are reflected in the works of such scientists as A. Bezprovodanna, I. Vlasova, O. Sarapina, D. Guliyeva, O. Potapova, N. Stefanovich, O. Shevchuk, S. Shevchuk (Ukraine), M. Berkl (USA), I. Fonseca, J. Bernate (Colombia), B. Berei (Romania) and others. However, today there is a lack of researches on the

motivational aspects of the formation of social responsibility among applicants of higher education, effective mechanisms for increasing the awareness of students of economic specialties about the needs of establishing the goals of sustainable social development, the study of practical experience of university social responsibility in globalizational challenges.

Therefore, **the aim of this study** is to research effective factors in the formation of social responsibility of students, the analysis of effective cases of their implementation within the higher education.

Presentation of the main material. There are following principles of sustainable development of society, where modern students on the basis of social responsibility can make the greatest contribution:

1. Responsible consumption [1]. Adherence to this principle of sustainable development involves the careful attitude of students to using natural resources, reducing the amount of consumption, orienting applicants of higher education to reuse products in order to preserve and protect the environment, reducing the extent of its pollution in general. In this case there is a good demonstrative example of the motivational experience of KNEU students about their participating in various environmental projects, for instance, a student project on separate waste collecting in dormitories [3] and so on.

2. Fighting climate change [1]. Compliance with this principle of sustainable development involves the active participation of students in social and environmental projects aimed at counteracting climate changes in ecosystems. This is possible through the formation of environmental awareness among students, environmental literacy, responsibility for the consequences of wrong environmental behavior in general. In this context, we should note KNEU's initiative to create an environmental club, which includes projects aimed at weakening the effects of climate change [2].

3. Fighting poverty [1]. In order to follow this principle students can participate in different socially significant projects dedicated to supporting unprotected segments of the population. For example, the fight against social orphanhood, which involves supporting children from special educational institutions, etc. We should note the initiative of KNEU students in visiting orphanages, their active support for children [5], and the activities of the labour union bureau of individual faculties [4], the work of the international non-profit organization Enactus at KNEU, which brought together students, teachers and business representatives to improve the quality of life and living standards of people with different needs [6].

4. An important aspect of the formation of social responsibility of students in the context of sustainable development is the usage of their leadership potential for the functioning of qualitative education. Nowadays, students have the opportunity to act as important stakeholders in the quality

control of education, in particular, in the context of issues of ensuring high academic results, academic integrity, self-improvement, the formation of the trajectory of subject-subject studying as a whole. At the same time the presence of a strong feedback between teachers and students, the implementation of foreign experience on the interaction of all participants in the educational process and the promotion of active participation of students in various extracurricular educational activities will help domestic education to correspond to all the highest quality standards of international level. Hence, the task of higher educational institutions is to popularize scientific knowledge, increase the prestige of scientific achievements among students, promote the participation of student youth in innovative interdisciplinary research, and implementation the newest applied forms and methods of teaching disciplines.

Conclusions. Today, the development of social responsibility among students requires from higher educational institutions to implement complex effective measures. In particular, this involves the formation of a system of appropriate knowledge, skills, interests, scientific outlook among applicants of higher education, their involvement in different extracurricular academic as well as social projects in general.

REFERENCES

1. 17 цілей сталого розвитку. – Режим доступу до ресурсу <https://globalcompact.org.ua/tsili-stijkogo-rozvytku/>
2. Екологічний клуб Green University. – Режим доступу до ресурсу: <https://green.kneu.edu.ua/ua/>
3. Київський національний університет імені Вадима Гетьмана. Навчаємось сортувати сміття задля кращої екології. 13 Травня 2019 р. – Режим доступу до ресурсу: <https://kneu.edu.ua/ua/rheztjzedj/>
4. Профбюро факультету економіки та управління. – Режим доступу до ресурсу: https://kneu.edu.ua/ua/student_life/public_studentorganizations/Student_union/prof_dep/prof_eu/
5. Факультет управління персоналом, соціології та психології. Новини. 31 травня 2017 року студенти Юридичного Інституту та Факультету Управління персоналом, соціології та психології разом з доцентом кафедри Артеменко С. Б. відвідали у м.Києві Святошинський дитячий будинок-інтернат. – Режим доступу до ресурсу: https://fupstap.kneu.edu.ua/ua/kaf_fupstap/Cociologij/news_soc/inter_soc/
6. Enactus. Kyiv National Economic University named after Vadym Hetman. – Режим доступу до ресурсу: <http://enactuskneu.weebly.com/10441086108710861084108610751072-10761110109011031084-1089108010881086109010721084.html>

РОЛЬ МІЖНАРОДНИХ ГРОМАДСЬКИХ ОРГАНІЗАЦІЙ У НАДАННІ СОЦІАЛЬНИХ ПОСЛУГ ПІД ЧАС РОСІЙСЬКО-УКРАЇНСЬКОЇ ВІЙНИ

Повномасштабне вторгнення російських військ в Україну 24 лютого 2022 року призвело до ситуації, коли приблизно 16 мільйонів людей мусили залишити свої домівки, а ще велика частина населення вимушена була виживати в складних економічних умовах та терміново потребувала гуманітарної допомоги. Враховуючи масштабні гуманітарні виклики, які постали перед Україною, розпочалась активна боротьба на всіх ланках життєзабезпечення населення усім необхідним. Волонтери та громадські організації в Україні об'єдналися проти ворога на всіх рівнях.

Міжнародні громадські організації в умовах війни мають критичне значення у наданні соціальних послуг, активно залучаючись до розподілу гуманітарної допомоги, включаючи продовольство, воду, медичні засоби, одяг та теплі речі, серед постраждалого населення.

Для подолання гуманітарної кризи в Україні сьогодні працює «Європейський механізм цивільного захисту (EUCPM), Координаційний центр запобігання катастрофам при НАТО (EADRCC), Управління з координації гуманітарних питань ООН (ОСНА), WFP (Глобальна продовольча програма), Міжнародний Комітет Червоного Хреста» [1], Гуманітарний фонд ООН (UNICEF), Лікарі без кордонів та ін.

Значна кількість українців була змушена покинути свої домівки через військові дії. Міжнародні організації допомагають з пошуком тимчасового житла, надають консультації щодо прав ВПО, а також займаються інтеграцією переселенців у нових громадах. Вони також відіграють ключову роль у зборі та поширенні інформації про порушення прав людини, військові злочини та інші порушення міжнародного гуманітарного права, сприяючи притягненню винних до відповідальності.

Вагомою є допомога міжнародних громадських організацій у відновленні зруйнованої інфраструктури, підтримці малого та середнього бізнесу в умовах війни, зокрема через надання фінансової допомоги, консультацій та навчальних програм для підприємців, що сприяє економічній стабільності та забезпеченню робочих місць, організація ефективної логістики для забезпечення швидкої та ефективної доставки

гуманітарної допомоги в найбільш потребуючі регіони, а також координація з іншими гуманітарними організаціями та урядовими структурами для оптимізації розподілу ресурсів.

Під час дослідження ми з'ясували, що ефективність роботи міжнародних організацій у сфері надання соціальних послуг та гуманітарних питань визначається її гнучкістю, інноваційністю та здатністю до швидкого реагування на масштаби проблем. Це свідчить про велике значення громадського сектору в розвитку суспільства та наданні необхідної допомоги українському населенню. З нашого боку спостерігаємо вищий рівень прозорості управління міжнародною гуманітарною допомогою, забезпечення логістичного, юридичного та адміністративного супроводів.

Попри величезний внесок міжнародних громадських організацій у підтримку України, існують певні обмеження та виклики, які вони не можуть подолати самостійно. Вирішення цих проблем вимагає згуртованих зусиль урядів, міжнародних інституцій, приватного сектору та громадянського суспільства. З-поміж обмежень можемо виокремити такі аспекти діяльності організацій: вони не беруть безпосередньої участі у військових конфліктах або операціях, оскільки їхня місія зосереджена на гуманітарній допомозі та захисті прав людини; вони уникають прямого втручання у політичні процеси країни або вираження підтримки, щоб зберегти свою нейтральність та незалежність; вони не мають повноважень для припинення військових дій або вирішення конфлікту на державному рівні; вони не здатні повністю забезпечити швидке та повне відновлення країни без активної участі уряду, приватного сектору та міжнародної спільноти; вони не можуть гарантувати повну безпеку цивільному населенню у зонах активних бойових дій; ресурси міжнародних організацій обмежені, і вони можуть зіткнутися з викликами у забезпеченні фінансування всіх наявних потреб, особливо в умовах масштабної кризи тощо.

Отже, в Україні спостерігаємо динамічну катастрофу, яка щоденно змінює свої масштаби й напрямки. Задля функціонування економіки, збереження людських життів та захисту культурної спадщини потрібний комплексний підхід з урахуванням вітчизняного та зарубіжного досвіду надання допомоги у кризових ситуаціях, зокрема під час війни. Щодня підтримка України, що об'єднує десятки країн, сотні донорів і тисячі задіяних у процесі людей, працює та переорієнтовується задля порятунку, турботи, захисту – задля перемоги. Міжнародні громадські організації мають надзвичайно вагоме значення у подоланні наслідків війни, підтримці українського населення у складний період, сприяючи швидкому відновленню країни та зміцненню її стійкості перед обличчям викликів.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Міжнародна гуманітарна допомога для України: перемоги та виклики
URL:https://lb.ua/blog/oleksandra_vasylenko/525144_mizhnarodna_gumanitarna_dopomoga.html (дата звернення 14.02.2024).

Бєлова Валерія

здобувачка вищої освіти ННІ права
та інноваційної освіти
*Дніпропетровського державного університету
внутрішніх справ, Україна*

ГЕНДЕРНА ДИПЛОМАТІЯ: НОВІ ПІДХОДИ ДО МІЖНАРОДНИХ ВІДНОСИН

Сучасна глобалізація та складні виклики, які ставлять перед світом нові завдання, диктують потребу в нових стратегіях управління міжнародними відносинами. Серед цих стратегій виокремлюється гендерна дипломатія, яка визнає важливість ролі гендеру у формуванні та виконанні зовнішньої політики. Це не просто новий термін, але й запрошення переосмислити та вдосконалити традиційні підходи до міжнародних відносин, керуючись принципами гендерної рівності та визнанням ролі кожної статі в соціумі.

Розвиток гендерної дипломатії – це витік змін, що проходить кілька завершених етапів, від першочергового підкреслення прав жінок до впровадження комплексного підходу, який охоплює гендерні аспекти у всіх сферах. Трансформація шляхів гендерної політики свідчить про важливість визнання гендеру як ключового фактору в прогресивних міжнародних відносинах.

Перший етап розвитку гендерної дипломатії характеризувався інтенсивним зацікавленням у питаннях прав жінок та їх соціального статусу. Цей період часто виражався у глобальних рухах за рівність та під впливом активності жіночих організацій та груп активістів.

Другий етап відзначався розширенням фокусу, переходячи від виняткового акценту на права жінок до більш глибокого розгляду гендерних аспектів у суспільстві. Це включало в себе увагу до ролі чоловіків у гендерному контексті та визнання важливості рівноправ'я обох статей.

Третій етап визначався формулюванням комплексних гендерних стратегій у різних сферах, включаючи політику, економіку, освіту та зовнішні справи. На цьому етапі

гендерна дипломатія стає більш системним підходом, який враховує взаємозв'язок різних аспектів гендеру.

Четвертий етап визначається глобалізацією гендерної дипломатії, коли країни починають координувати свої підходи та взаємодіяти на міжнародному рівні. Організації, такі як ООН, відіграють ключову роль у встановленні міжнародних стандартів та стратегій.

П'ятий етап — це перехід від формування гендерної дипломатії до її повної інтеграції в сучасні міжнародні відносини. Гендер стає не лише окремою категорією, але й невід'ємною частиною всіх аспектів зовнішньої політики.

Кожен з цих етапів відображає еволюцію підходів до гендерної дипломатії від піднесення свідомості про проблеми жінок до системного розгляду гендерних аспектів у всіх аспектах міжнародних відносин.

Теоретичні основи гендерної дипломатії базуються на розумінні гендеру як соціально-культурної конструкції, що формує ролі, очікування та можливості для чоловіків і жінок у суспільстві. Гендерна дипломатія використовує ці теоретичні засади для аналізу та формулювання політики на зовнішній арені, зокрема в міжнародних відносинах. Основні теоретичні аспекти гендерної дипломатії включають:

Соціокультурний підхід: Гендерна дипломатія виходить з усвідомлення, що гендер – це не лише біологічна відмінність, але і соціокультурна конструкція. Соціокультурний підхід розглядає, як соціальні, культурні та історичні фактори формують ролі, очікування та стереотипи, пов'язані з чоловічістю та жіночістю.

Гендерна рівність та права: Центральним аспектом гендерної дипломатії є прагнення до гендерної рівності та захисту прав жінок. Теоретична база включає у себе розуміння, що всі особи, незалежно від гендерної приналежності, повинні мати рівні права, можливості та доступ до ресурсів.

Патріархальний аналіз: Гендерна дипломатія зосереджує увагу на вивченні патріархальних структур, які утворюють нерівність між чоловіками та жінками. Аналіз патріархальних владних структур допомагає виявити корені гендерної нерівності та спрямувати зусилля на її подолання.

Гендерна безпека: Теоретична основа гендерної дипломатії включає концепцію гендерної безпеки. Це означає розуміння, що безпека не може бути досягнута без врахування гендерних аспектів, врахування голосів жінок у процесах прийняття рішень та запобігання насильству за гендерною основою.

Подолання гендерних стереотипів: Гендерна дипломатія прагне подолати гендерні стереотипи та упередження, що ускладнюють життя чоловіків і жінок. Це включає в себе

зусилля з популяризації різноманітності гендерних ролей та визнання їхньої важливості для розвитку суспільства.

Гендерна дипломатія ґрунтується на цих теоретичних підходах, спрямованих на створення більш справедливого, рівноправного та сталого світу через врахування гендерних аспектів у міжнародних відносинах.

Гендерна дипломатія в міжнародних організаціях є ключовим інструментом для просування гендерної рівності та розвитку сучасних підходів до міжнародних відносин. Організації, такі як ООН, ЄС та інші, вже приймають гендерну дипломатію як стратегічний інструмент розв'язання глобальних проблем. Їх ініціативи в сфері гендеру стають нормативними для багатьох країн та сприяють розвитку сучасних підходів до міжнародної співпраці.

Гендерна дипломатія виявляє істотний вплив на сферу міжнародних конфліктів та безпеки, ретельно аналізуючи гендерні аспекти. Вона акцентує увагу на ролях чоловіків і жінок у контексті безпеки, сприяючи глибшому розумінню різниць у впливі та досвіді конфліктів. Гендерна перспектива виступає як каталізатор для запобігання гендерного насильства та настановлення рівних можливостей, що в результаті зміцнює стабільність та сприяє сталому розвитку у міжнародному співтоваристві.

У висновку можна стверджувати, що гендерна дипломатія виявляє значущий вплив на міжнародні конфлікти та безпеку, допомагаючи впроваджувати більш повне розуміння гендерних аспектів у сфері міжнародних відносин. Врахування різноманітних ролей чоловіків і жінок сприяє формуванню ефективних стратегій запобігання гендерному насильству та забезпечує участь обох статей у процесах врегулювання конфліктів. Гендерна перспектива визначається як важливий елемент безпекових стратегій, сприяючи сталому розвитку та гарантуючи рівні права та можливості у міжнародному співтоваристві.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Захарова О., Марценюк Т. Гендерні особливості дипломатичної служби в Україні та світі. Київ : Міжнар. центр перспект. дослідж., 2015. 35 с.
2. Антонюк Л. Жінки в сфері міжнародних відносин та дипломатії: перепони та тренди. ГУРТ. URL: <https://gurt.org.ua/news/informator/83458/> (дата звернення: 08.12.2023).
3. Скиба, Е. К. (2018). Принцип методологічного плюралізму як інструмент дослідження концепту гендерна ідентичність. Грані, (21,№ 1), 12-18.
4. Скиба, Е. К. (2020). Теорія гендеру як методологія пізнання культури.

5. Мірошніченко, Л. (2020). Своєрідність презентації жіночого образу в сучасній українській літературі. Матеріали конференцій МЦНД, 107-109.

6. І.В. Алексеєнко, А.Х. Маргулов, І.А. Єремєєва, М.В. Несправа. Історія міжнародних відносин. підруч. Дніпро: ДДУВС. 2020. 228с.

Вовк Таїсія

здобувачка вищої освіти
ННІ права та інноваційної освіти
*Дніпропетровського державного
університету внутрішніх справ, Україна*

ДЕМОГРАФІЧНІ ПРОЦЕСИ В УКРАЇНІ: СТАН ТА ПЕРСПЕКТИВИ

На сучасному етапі становлення української політики, та її докорінні зміни, після початку повномасштабної війни. Характерною особливістю розвитку демографічних процесів в Україні, є використання людських ресурсів, які у свою чергу взаємопов'язані з використанням фізичних ресурсів, такий принцип дає Україні нові можливості створення місць працевлаштування мешканців нашої держави та створює нові види економічної співпраці всередині держави та стимулює нові види економічної діяльності [1].

Характерною особливістю демографічних процесів на території України є зміна місця проживання населення. Так, за останніми даними опитувань, які були проведені до початку повномасштабної війни, можна зробити висновок, що внутрішні перспективи населення, більше звертають увагу на життя в містах ніж на життя, на сільських територіях. Таким чином, сучасна демографічна ситуація в Україні складається найкращим чином в містах, де відбувається приріст населення, коли на сільських територіях, навпаки, відбувається старіння нації, хоча історично в селах народжувалося більше дітей ніж в містах. Після 24 лютого 2022 року, ситуація ускладнилася, більшість сільських територій, які знаходилися в Донецький, Луганській, Харківський та Запорізький областях, зараз деградує і відносяться до категорії безлюдних, якщо військові дій йшли саме всередині однієї з сільських територій в перелічених областях.

На мою думку, вихід з такої кризової ситуації, складається з таких рішень: перше, це звичайно закінчення бойових дій на сільських територіях, які стають безлюдними, щоб не допускати вимирання нації на таких територіях; друге – це дати таким селам самовідтворюватися, тобто, змінити співвідношення до пенсійного та непенсійного віку, так буде відбуватися «омолодження» села [1]; третє – це зміна умов праці для жіночої категорії населення, бо через неправильне співвідношення навантажень, між жінками та чоловіками на роботі в сільській місцевості, більшість жінок не витримує кількості

навантажень та обирає роботу у містах, в той час коли жінки, які залишаються в селах стикаються з погіршенням здоров'я та останній пункт, четвертий, це створення економічної стабільності сільських регіонів. Економічне погіршення ситуації впливає на молоде покоління, соціальна незахищеність підштовхує молодих людей міркувати про стабільне та безбідне життя в містах, ніж відсутність таких умов на підприємствах в сільській місцевості [1]. Економічне погіршення ситуації також впливає і на народжуваність дітей в селах, таким чином призводячи до депопуляційних процесів.

Демографічні процеси в Україні, після закінчення війни, можуть бути об'єктом державного регулювання. Ця тенденція спостерігалася у період 2020/21 років, коли Україна робила основою своєї могутності саме своє населення. Після подій 24 лютого 2022 року, стало зрозуміло, що демографічні процеси та популяція населення в цілому, це шлях до розвитку не тільки кількісних, але й якісних характеристик держави, бо чим сильніше населення всередині держави, тим сильніше індивідуальна свідомість такого населення, таким чином, таке населення готове до соціально-економічного розвитку разом з державою.

З точки зору впливу демографічних процесів в Україні на економіку, відбувається посилення навантаження людьми похилого віку, бо в Україні відбувається прискорене «старіння нації», що впливає на збільшення економічних витрат держави на людей похилого віку, відбувається збільшення виділення коштів на утримання такої категорії населення [2]. З точки зору економічних аспектів, Україна повинна звернути увагу на «старіння нації», зменшити старіння населення, почати будувати вектор гармонізації складу населення та подолати депопуляцію.

Вважаю, що Україні потрібно звернути увагу на природний приріст населення саме на сільських територіях, саме на цих територіях держава повинна особливо гостро звертати увагу на відсутність належних умов для життя, відсутність соціальної захищеності молодій категорії населення, відсутність державних, регіональних та соціальних програм розвитку сільської місцевості. Такі проблеми, тільки підсилюють та закріплюють проблему демографічної кризи в Україні, це в свою чергу унеможливорює ріст складової населення на території сіл та унеможливорює ріст інтелектуальної складової населення [1], бо більшість молодих лікарів, вчених та в цілому молодих спеціалістів будуть їхати до великого міста в пошуках кращого життя. Таким чином, буде збільшуватися кількість сільської місцевості, яку можна буде віднести до категорії - деградація.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Воропасв В.Г. Демографічні процеси в Україні як предмет політичного. *Державне управління: удосконалення та розвиток*. №3. 2013. URL: <http://www.dy.nayka.com.ua/?op=1&z=557>
2. Перебейнос О. Демографічні процеси в Україні як об'єкт державного регулювання. Теорія та практика державного регулювання. Вип.3 (34). С. 4. URL: <https://studies.in.ua/pravo/20.pdf>
3. Hnatenko, P. I., & Skyba, E. K. (2020). Соціальне прогнозування в контексті української національної психології. Епістемологічні дослідження в філософії, соціальних і політичних науках, 3(1), 22-35.
4. І.В. Алексеєнко, А.Х. Маргулов, І.А. Єремєєва, М.В. Несправа. Історія міжнародних відносин. підруч. Дніпро: ДДУВС. 2020. 228с.

Гетман Юлія

аспірантка

Інститут соціології НАН України, Україна

ДЕТЕРМІНАНТИ ГРОМАДСЬКО-ПОЛІТИЧНОЇ АКТИВНОСТІ ОНЛАЙН

Громадсько-політична активність є рушійною силою розвитку громадянського суспільства, яке, в свою чергу, є запорукою ефективного державотворення. На сьогоднішній день існує надзвичайно багато інструментів політичної участі. Однак не дивлячись на доступність Інтернету, не всі громадяни однаковою мірою здійснюють навіть громадсько-політичну онлайн-активність. Вочевидь на це впливає ще безліч факторів, як наприклад, соціокультурні традиції, суспільні норми, соціально-економічні обставини, зацікавленість політикою, які ми детальніше розглянемо нижче.

1. Диджиталізація. Диджиталізація всіх сфер життя актуалізувала питання інтернету як мобілізаційного чинника громадсько-політичної активності. Такі дослідники як В.Л. Беннет, М. Боссета, К. Ваккарі, А. Валеріані, Т. Девідсон, Р. Гібсон, К. Коц-Міхальська вважають, що Інтернет дає нові можливості для об'єднання та координацію людей, що спільно прагнуть до змін у суспільстві, і відкриває широкий доступ до ресурсів та комунікації, що раніше може було б складніше досягти. Тобто Інтернет-простір відкрив нові можливості для онлайн-мобілізації громадян і залученню в першу чергу до неконвенціональних форм громадянської активності, наприклад, використання лайків (інших емоджі) в мережі; поширення інформації; коментування публікацій. Такий

цифровий активізм можна охарактеризувати як «індивідуалізовані колективні дії» [Micheletti, 2003: p.34]. Його яскравим прикладом є рухи #MeToo чи #BlackLivesMatter, які по суті спонукали до колективної дії через е-інструменти незнайомих між собою громадян.

2. Політичний мотив. Інтерес до політики є одним з визначальних чинників громадсько-політичної активності. Такі дослідники як Е. Амно, С. Буліан, В. ван Дес, Дж. Екман, Я. Сеочаріс вивчають онлайн-активність саме як форму політичної участі [Theocharis, 2015: p. 4]. В рамках цього підходу вважається, що політична мотивація є достатньою умовою розгляду неполітичної діяльності як участі в політичному житті [van Deth, 2014, с. 359]. А також вважається, що політична участь онлайн – це участь, яка покращує політичне життя молодих людей, полегшуючи їм освоєння більш складних форм політики і дозволяючи молодим людям підсилювати свій вплив [Kim, Russo, Amnå, 2017: p. 914].

3. Соціальна мережа. Мережева структура відносин між акторами, які беруть участь у політичних і громадських процесах теж є важливим чинником онлайн-активності. Так, наприклад, персоналізована онлайн-комунікація стала «сполучною дією» (connective action) для масових громадсько-політичних акцій та організованих колективних дій, однак вона не тотожна самим колективним діям. Її логіка базується на тому, що люди, які знайомі з практиками соціальних мереж у повсякденному житті й мають доступ до технологій у мобільних телефонах чи комп'ютерах, орієнтуються на персоналізовані дії. Результати аналізу роботи громадських організацій в Інтернеті показали, що важливу роль для «сполучної дії» відіграє технологічна можливість обміну (sharing), мережеве спілкування, індивідуальні ресурси та ідентичність [Bennett, 2012: p. 760].

4. Культурні чинники. Такі явища як політична культура, цінності, норми, ідеологія також актуальні в дослідженнях громадсько-політичної активності онлайн. Аналіз культурних чинників допомагає розуміти, як культурні фактори та розвиток медіа впливають на громадську та політичну активність в онлайн-середовищі, яка в цілому роль Інтернету та нових медіа в створенні та зміні політичної культури та громадянського активізму. Так, наприклад, Р. Шеффауер, М. Гоянес, Г. де Зуніга, вивчають культурні аспекти медіа, зокрема, те, як Інтернет та соціальні медіа впливають на споживання і створення медіаконтенту, а також на політичну активність громадян. Соціальні медіа розглядаються детермінантою змін рівня політичної дискусії, адже вони посприяли значному зростанню споживання політичних новин [Scheffauer, Goyanes, de Zúñiga, 2021: p. 649]. Окрім того важливим для аналізу онлайн-активності є політична культура громадян. Адже рівень політичних знань, розвиток їх політичної свідомості безпосередньо впливають на політичну поведінку.

5. Соціальна нерівність. Приналежність до різних соціальних статусів також є важливим фактором громадсько-політичної активності онлайн, оскільки вона відображає різні аспекти доступу до ресурсів і можливостей для участі в політичних процесах. Передбачається, що люди з вищим соціальним статусом та більшими матеріальними ресурсами можуть мати кращий доступ до комп'ютерів та швидкого інтернету, отримання широкого доступу до інформації та аналізу політичних питань, можливість впливати на політичні рішення та процеси через волевиявлення або відносини з політичними елітами. Дослідники Г. Алмонд і С. Верба висунули концепцію "ресурсної моделі", вважаючи, що головними детермінантами політичної участі є рівень освіти, доходу, стабільності життя. Тобто вони заклали основи для розуміння того, як індивіди вибирають різні форми участі на основі свого соціального статусу [Almond, Verba, 1963]. Вочевидь питання співвідношення нерівності і доступу, які дає Інтернет, досі є суперечливими, однак досвід цих досліджень варто вивчати і зіставляти з українськими реаліями.

6. Політична соціалізація. Політична соціалізація представляє собою процес входження людини у світ політики, засвоєння нею притаманних певному суспільству політичних цінностей, настанов, переконань, відповідних моделей поведінки. Вона є складовою частиною багатогранного процесу, в ході якого відбувається відтворення й подальший розвиток політичної структури суспільства, політичних відносин, а також розвиток суспільно-політичних якостей громадян, які підтримують та реалізують ці відносини у своїй життєдіяльності. Вона вважається важливим чинником онлайн-активності, адже це означає узвичаєння в повсякденних практиках вільної дискусії, використання інструментів електронної демократії, залученості в різні форми громадсько-політичної онлайн-активності, що по суті і бути означати її інституалізацію громадсько-політичне активності онлайн.

Таким чином, щоб найбільш комплексно дослідити політичну участь, варто застосовувати синтез всіх вищеназваних підходів. Адже соціально-демографічний портрет, цінності, ідеологія, стиль життя, медіаспоживання мають значний вплив на повсякденні практики громадян.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Almond G., Verba S. 1963. *The Civic Culture: Political Attitudes and Democracy in Five Nations*. – Princeton, NJ: Princeton University Press.
2. Bennett, W.L., Segerberg, A. (2012). The logic of connective action. *Information, Communication & Society*, 15(5), 739–768.

3. Kim, Y., Chen, H.T. (2016). Social media and online political participation: The mediating role of exposure to cross-cutting and like-minded perspectives. *Telematics and Informatics*, 33(2), 320–330.

4. Micheletti, M. (2003), *Political Virtue and Shopping. Individuals, Consumerism and Collective Action*. New York: Palgrave Macmillan. Neilson L. A., Paxton P. Social Capital and Political Consumerism: A Multilevel Analysis. *Social Problems*, 57 (1), pp. 5-24. DOI: <https://doi.org/10.1525/sp.2010.57.1.5>.

5. Scheffauer, R., Goyanes, M. and Gil de Zúñiga, H. (2021), "Beyond social media news use algorithms: how political discussion and network heterogeneity clarify incidental news exposure", *Online Information Review*, Vol. 45 No. 3, pp. 633-650. <https://doi.org/10.1108/OIR-04-2020-0133>.

6. Theocharis, Y. (2015). The Conceptualization of Digitally Networked Participation. *Social Media + Society*. July-December, 1 – 14. DOI: 10.1177/2056305115610140.

7. van Deth, J. (2014). A conceptual map of political participation. *Acta Polit*, 49, 349–367. <https://doi.org/10.1057/ap.2014.6>.

Горбова Юлія

кандидат соціологічних наук
директор Інституту соціологічних досліджень,
*Київський національний економічний
університет ім. В. Гетьмана, Україна,*

ЦІЛІ СТАЛОГО РОЗВИТКУ ООН В КОНТЕКСТІ ПОШИРЕННЯ ПРАКТИК СОЦІАЛЬНО ВІДПОВІДАЛЬНОГО БІЗНЕСУ

У країнах Європи офіційне визнання корпоративної соціальної відповідальності пов'язано з Лісабонським самітом та публікацією «Зеленої книги з корпоративної соціальної відповідальності». На сайті Програми розвитку ООН дається роз'яснення, яке виділяє зовнішню та внутрішню корпоративну соціальну відповідальність. До зовнішньої корпоративної соціальної відповідальності належать такі компоненти, як спонсорство та корпоративна благодійність, охорона навколишнього середовища, відповідальність компанії за свої товари та послуги перед споживачами. Таким чином, до внутрішньої корпоративної соціальної відповідальності належать безпека праці, стабільні виплати заробітної плати, забезпечення персоналу медичною та соціальною страховкою, розвиток співробітників за допомогою освітніх програм та програм підвищення кваліфікації.

Налагодження взаємодії між суспільством, бізнесом та владою призводить до підвищення впливу з боку держави на ці відносини. Найбільшого розквіту така політика набула в країнах післявоєнної Європи, США та Японії, коли базовим завданням керівництва країни стає забезпечення повної зайнятості населення, підтримка економічного росту та підвищення благополуччя громадян. Гарантією рівноваги та спокою в державі став класовий компроміс між власниками капіталів та робочим класом, оскільки влада активно втручалася в бізнес-політику та відстоювала соціальні гарантії. Політико-економічна організація в країні пізніше стала називатися «вбудований лібералізм», це визначення відображає активне втручання влади в діяльність корпорацій та організацій, створюючи соціальні та політичні обмеження для їх діяльності.

На даний час, зростання техногенних ризиків посилює побоювання суспільства стосовно глобальних проблем та призводить до формування думки про те, що не тільки суспільство відповідальне за стан навколишнього середовища, але й кожен окремий індивід. Відповідальність індивіда розглядається на трьох рівнях: перший – громадські організації, другий – на рівні держави, третій – рівень масових змін. На кожному з цих рівнів всі дії мають на меті зміну повсякденності у бік відповідальної поведінки.

Головним транслятором ідеї соціальної відповідальності має бути не тільки керівник організації та менеджерський склад, цю ідею мають транслювати самі співробітники. Світовий досвід показує, що компанії, які зацікавлені в розвитку соціальної відповідальності, створюють спеціальні комітети, що відповідають за реалізацію таких ідей. Крім того, дедалі частіше, зокрема крупними компаніями, створюються кодекси професійної етики та ділової поведінки, котрі спрямовані на регулювання відносин як усередині колективу на всіх рівнях, так і у взаємодії із зацікавленими сторонами.

Показниками корпоративної соціальної відповідальності стають практики ставлення до зацікавлених сторін (споживачів, акціонерів, найманих працівників, співробітників), відповідального ставлення до навколишнього середовища та соціальних потреб громадськості. Організація, яка веде зовнішню благодійницьку діяльність, але не ставиться відповідально до споживачів, партнерів, персоналу, довкілля, не може бути визнана соціально відповідальною. Таке тлумачення соціальної відповідальності формує розуміння того, що соціально відповідальна організація виводить свою соціальну спрямованість із реалізації загальних принципів досконалої бізнесової діяльності. Таким чином, унеможлиблюється присвоєння статусу соціально відповідальної компанії тим організаціям, які ще не вийшли на відповідний рівень корпоративної ефективності.

На даний час в світовому та європейському просторі виникає активне зацікавлення питаннями розробки рейтингів рівня соціальної відповідальності та її проявів. Окреме

значення має й досягнення цілей сталого розвитку ООН [1]. В цьому контексті, вкрай цікавим індексом/рейтингом є Environmental Sustainable Index Honeywell, та звіт, який побудований на комплексному опитуванні фахівців з бізнесу та працівників міжнародних компаній [2]. Звернемо увагу на найбільш цікаві показники. Так, згідно з даними звіту, цілі сталого розвитку залишаються найбільш важливим пріоритетом для більшості організацій. Навіть при зростанні ініціатив цифрової трансформації, участь у сталому розвитку суттєво зростає. Розподіл представлених у звіті категорій екологічної стійкості вказує, що "Розвиток енергії та ефективність" є основною областю уваги для великого бізнесу. Можна побачити, що висока впевненість компаній у досягненні цілей сталого розвитку пояснюється збільшенням бюджетів для екологічних ініціатив. Важливою тенденцією є зосередження уваги на енергетичній еволюції, зменшенні викидів, запобіганні забрудненню та переробці сміття.

Можемо зафіксувати й певний оптимізм в досягненні цілей сталого розвитку. Наочним є значне зростання впевненості керівників в досягненні екологічних цілей, як у короткостроковій, так і у довгостроковій перспективі. За результатами дослідження бачимо, що різкі зміни клімату впливають на стратегії сталого розвитку компаній. Лісові пожежі, повені, шторми та інші природні катастрофи визначаються як значущі фактори з якими необхідно рахуватись та прогнозувати наслідки.

Наприкінці спробуємо в межах дослідного теоретизування запропонувати тенденційний прогноз розвитку цілей сталого розвитку. Вірогідним є подальше поширення зусиль в енергетичній ефективності. В цьому контексті збільшення бюджетів на розвиток енергетичної ефективності свідчить про зростання свідомості компаній щодо важливості оптимізації використання енергії. Можна очікувати, що компанії зосередяться на активізації заходів для зменшення викидів та вдосконалення управління відходами. Також, імовірним постає інтеграція концепцій кліматичних ризиків в стратегії сталого розвитку. Слід зазначити, що в економічній площині фіксується зростання інвестицій в інновації для сталого розвитку. З огляду на позитивний настрій та успіх у досягненні цілей, компанії можуть збільшити інвестиції в дослідження та розробки, спрямовані на вдосконалення технологій та інновацій щодо цілей ООН. Загалом, тематика сталого розвитку в найближчі п'ять-десять років буде одним з найбільш актуальних та популярних напрямків соціальної відповідальності, має суттєвий потенціал для дослідження на міждисциплінарному рівні та відповідного соціологічному супроводу.

СПИСОК ВИКРОСИТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Цілі сталого розвитку ООН. URL: <https://www.undp.org/uk/ukraine/tsili-staloho-rozvytku>
2. Over 80% of Companies to Increase Budgets for Environmental Sustainability Goals Over Next Year: Honeywell Survey. URL: <https://www.esgtoday.com/over-80-of-companies-to-increase-budgets-for-environmental-sustainability-goals-over-next-year-honeywell-survey/>

Груба Оксана

здобувачка 4 року навчання філологічного факультету
кафедри філософії та культурології
*Чернівецького національного університету
імені Юрія Федьковича, Україна*

РОЛЬ СОЦІАЛЬНОГО ПІДПРИЄМНИЦТВА У ВИРІШЕННІ СОЦІАЛЬНИХ ПРОБЛЕМ У ПЕРІОД ВІЙНИ

Сучасний світ у своєму розвитку стикається з численними соціальними викликами та проблемами, які вимагають нових підходів та інноваційних рішень. У цьому контексті вагоме значення має соціальне підприємництво як ефективний інструмент вирішення соціальних проблем. Воно займає унікальне місце у розвитку держави та відіграє особливо важливу роль у кризові часи, об'єднуючи цілі економічного розвитку з вирішенням соціальних проблем. Велика кількість підприємств вкладають свій час та ресурси у реалізацію проєктів, спрямованих на боротьбу з бідністю, підтримку суспільства у складних ситуаціях, поліпшення якості життя та інші соціальні проблеми.

Підприємства створюють безпечні робочі умови, встановлюють справедливу оплату праці, заохочують рівність, включеність, міжкультурне спілкування тощо. Соціальне підприємництво є справжнім каталізатором для соціальних змін та розвитку. Шляхом поєднання прагнення до прибутку з глибокою відповідальністю перед суспільством, соціальне підприємництво розширює свої можливості і вплив на розв'язання різноманітних соціальних проблем.

Особливого значення діяльність соціальних підприємств набуває під час криз, зокрема російсько-української війни, оскільки має ключову роль у вирішенні нагальних соціальних проблем, спричинених військовим конфліктом та сприяє стійкості та відновленню суспільства. Соціальні підприємства зазвичай займаються збором та розподілом гуманітарної допомоги, надають психологічну допомогу та соціальну

підтримку ветеранам, внутрішньо переміщеним особам та іншим вразливим групам, що опинилися у скрутних обставинах, інвестують у розвиток місцевих громад, беруть участь у проєктах із відновлення зруйнованої війною інфраструктури, включаючи школи, лікарні та житлові будинки. Крім того, вони часто працюють у партнерстві з державними установами та некомерційним сектором, що збільшує ефективність їхніх ініціатив.

Успішні кейси соціальних підприємств у світі та в Україні доводять, що соціальні підприємства можуть мати значний соціальний вплив і сприяти сталому розвитку. Їхній успіх залежить від ефективного керівництва, інноваційних підходів та вміння забезпечити баланс між соціальною місією і комерційними цілями. Важливо також враховувати, що успішність соціальних підприємств залежить від умов, в яких вони працюють. Урядова підтримка, сприятливе законодавство та наявність інфраструктури для соціального підприємництва можуть стати ключовими факторами успіху [Верховна Рада, 2024].

Сьогодні велика кількість соціальних підприємств та ініціатив змогли швидко адаптуватися до нових умов та потреб, надаючи підтримку тим, хто її найбільше потребує. Загальновідомі, до прикладу, такі ініціативи, як: «Купуй українське», яка підтримує українських виробників та підприємців шляхом просування їх продукції серед споживачів в Україні та за кордоном; «Відновлення житла», що організовує діяльність з відбудови пошкоджених війною будинків та квартир для цивільного населення та ветеранів; «Майстерня добра» – організація, яка виготовляє та розповсюджує безкоштовно теплі речі для військових, біженців та інших постраждалих від війни; «Соціальна кав'ярня» – кав'ярні, які віддають частину своїх доходів на підтримку громадян, що постраждали від війни та ін.

Слід зауважити, що соціальні підприємства під час війни стикаються з винятковими та неабиякими викликами, які можуть вплинути на їхню здатність до ведення діяльності, виконання соціальної місії та фінансової стійкості. Війна ставить під загрозу безпеку співробітників та волонтерів соціальних підприємств, а також може завдати шкоди фізичним активам підприємства, таким як виробничі потужності, склади та офіси. Пошкодження інфраструктури та небезпека військових дій можуть ускладнити логістику, а також утруднити доступ до фінансування, знизити платоспроможність споживачів і призвести до збільшення витрат. Проте попри ці виклики, багато соціальних підприємств знаходять способи адаптації та продовжують надавати важливі послуги та належну поміч, демонструючи відданість своїй соціальній місії.

Отже, соціальне підприємництво стає важливою силою, яка допомагає суспільству адаптуватися до викликів війни, забезпечує необхідну підтримку найбільш вразливим верствам населення та сприяє відновленню та розвитку країни в умовах постконфліктного відновлення. Основна місія соціального підприємництва під час війни полягає у мінімізації

негативних соціальних, економічних та екологічних наслідків конфлікту для суспільства та сприянні його швидкому відновленню та розвитку. Воно демонструє, що бізнес може бути не лише засобом досягнення прибутку, а й потужним інструментом соціальних змін.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Тил працює – Україна воює: підтримка бізнесу в умовах воєнного стану. Верховна Рада України. Офіційний вебпортал парламенту України. URL: <https://www.rada.gov.ua/news/razom/221573.html> (дата звернення: 16.02.2024).

Єременко Андрій

аспірант 1 року навчання
факультету соціології
*Київського національного університету
імені Тараса Шевченка, Україна*

МОТИВАЦІЯ ВОЛОНТЕРІВ В УМОВАХ РОСІЙСЬКО-УКРАЇНСЬКОЇ ВІЙНИ

Після російського вторгнення в Україну у 2014 та 2022 роках, волонтерські рухи в Україні значно активізувались, охопивши всі сфери життя. Дослідження аналізує еволюцію волонтерства, мотиви участі та вплив на суспільство, підкреслюючи його важливість у відповіді на виклики, спричинені війною. Дослідження, засноване на фокус-групах з волонтерів, бізнесу та влади, виявляє ключові фактори, що спонукають до волонтерства, та його роль у зміцненні громадянського суспільства.

Волонтерство в Україні трансформувалося в значно більше, ніж просто допомога нужденним. Ця діяльність стала важливою частиною суспільного життя, проникаючи в економіку, соціальну сферу та державне управління, і виступаючи як один із механізмів зворотного зв'язку в системі управління. Ключове завдання для волонтерів - зрозуміти, що мотивує людей долучатися або відмовлятися від участі у волонтерських ініціативах. Спостереження за волонтерським рухом між 2014 та 2022 роками виявило зниження активності у 2015 році [1. Панькова О.В., Касперович О.Ю., Іщенко О.В.], що дослідники пов'язують зі спадом інтенсивності конфлікту на той час. Однак, феномен волонтерства є набагато складнішим, ніж проста реакція на конфлікт, і його мотиваційна база виходить за рамки бажання захистити країну.

Методологія дослідження. Дослідження включало в себе аналіз думок активних волонтерів, бізнес-сектору та урядових представників, що дало змогу всебічно оцінити

волонтерську активність з урахуванням різноманітних поглядів та внесків кожної з груп. Цей підхід сприяв глибшому розумінню взаємодії між різними секторами суспільства в рамках волонтерської діяльності.

Основним інструментом збору даних стали фокус-групові дискусії, обрані через потребу детально зрозуміти мотивації, цінності та переконання учасників з різних груп. Дослідження охопило три міста — Запоріжжя, Суми та Хмельницький, де було проведено по три фокус-групи для кожної цільової категорії, загалом 9 дискусій. Виконавцем проекту стала компанія «Active group», а замовником — ГО «Інститут Республіка» при фінансовій підтримці посольства США. Збір даних відбувся у червні 2023 року. Кожна дискусія була зафіксована аудіо та відео, після чого відбулося кодування та аналіз отриманої інформації. Дискусії проводились за спеціально розробленим сценарієм, що включав широкий спектр питань, пов'язаних з волонтерською діяльністю та мотивацією до участі.

Мотивація участі волонтерів. У контексті мотивації до участі або відмови від участі у волонтерських ініціативах, переважно вказують на моральні причини долучення до надання допомоги іншим ("*за покликом душі*"). Для цих осіб критично важливими є почуття спільності, солідарності, взаємодії та підтримки в ім'я спільної мети ("*в очі дивився і розумів ми непереможні, єдині*"). Також значущим є відчуття приналежності до дружнього кола, де моральна підтримка від друзів відіграє ключову роль ("*дружніші стають люди*"). Волонтерська діяльність має схильність "*захоплювати*", з частими висловлюваннями на кшталт "*це як затягнуло нас. Певний сенс життя*".

Мотивація "наблизити Перемогу" визначається як пріоритетна серед усіх груп, особливо серед внутрішньо переміщених осіб (ВПО), які активно долучаються до волонтерства. Волонтерська діяльність часто є реакцією на масштабні трагедії, з особистим зв'язком до проблеми, наприклад, через родичів, які потребують допомоги, або близьких у зонах бойових дій, що підсилює бажання допомагати. Емпатія до тих, хто ризикує життям за Україну, також є сильним мотиватором ("*там знаходяться молоді хлопці, і вона не може по іншому*", "*зачастую це жінки тих хлопців, які воюють*"). Важливість пам'яті про загиблих ("*портрети Героїв які загинули... це нагадування, включаєшся знов*") та волонтерство як метод психотерапії також впливають на участь.

Для волонтерів, які долучаються до разових подій, важливим є задоволення від самої події та процесу її організації заходах ("*на концерт йдеш, за куліси ходиш, івентове волонтерство*").

Довіра до організації є ключовою при виборі місця допомоги, а задоволення від участі в подіях та бачення результатів своєї роботи мотивують продовжувати волонтерську діяльність.

Деякі волонтери відчують себе частиною "еліти", вважаючи, що волонтерство вимагає моральної сили, яка, на їх погляд формується з дитинства. Часто лунала теза, що «не всі можуть стати волонтерами», що волонтерами стають лише «морально сильні люди».

При виборі яку організацію підтримати, ключовим фактором є довіра до людей, які вже працюють в організації.

Продовження роботи та вибір організації значною мірою залежать від очевидності та видимості результатів діяльності. Як зазначено учасниками з різних міст, важливим є спостереження за конкретними досягненнями: *«І коли бачиш врятованих людей, відбудоване житло і т.д... Надає це сил»*. Таким чином, для приваблення нових та утримання існуючих волонтерів, організації активно інформують про свої успіхи та вклад кожного волонтера у ці досягнення.

Люди, які приєднуються до волонтерських ініціатив з корисливих мотивів, викликають суперечливі почуття. Часто їхні цілі пов'язані з *"відповідно організованою передвиборчою кампанією"* для поліпшення політичного іміджу, розробкою грантових проектів та розширенням мережі контактів для майбутньої кар'єри. Існує також згадка про осіб, які залучаються до волонтерства з практичних причин, наприклад, отримання їжі в обмін на роботу в штабі, коли *"витратили усі свої заощадження в перші півроку... пішов у штаб, бо там хоча б годують"*.

Були як жорстко негативні вислови, оскільки таких людей вважають «несправжніми волонтерами», так і певне розуміння, бо люди все одно роблять «щось корисне» незалежно від їх мотивації.

Обговорюючи призупинення волонтерської роботи, у багатьох групах вказували на те, що волонтери, які припиняють свою діяльність, часто згодом знову до неї повертаються. Цей період перерви зазвичай присвячується відновленню сил, розв'язанню особистих питань і т.д. Повернення відбувається, коли волонтер відчуває гостру потребу в своєму внеску, особливо у випадках, коли стикається зі значними неприємностями (*"коли трапиться велика біда"*).

Таким чином, навіть призупинивши активну участь, багато хто продовжує підтримувати волонтерські ініціативи іншими методами, включаючи фінансову допомогу, інформаційну підтримку через соціальні мережі або участь у заходах (*"Як мінімум донати чи інформаційна підтримка, до когось подзвонити, допомогти"*). Деякі висловлюють думку, що люди не залишають волонтерство повністю, але можуть тимчасово знизити свою активність (*"я не бачила таких, хто покидає"*). Є розуміння серед респондентів, що волонтерська діяльність часто можлива після того, як людина забезпечила власні потреби (*"а не в шкоду чи збиток великий собі"*).

Фінансові труднощі, що перешкоджають волонтерській роботі умовно поділяються на два типи:

Зумовлені нестачею коштів для волонтерських ініціатив. Це включає зниження обсягів зібраних пожертвувань, припинення фінансування конкретного фонду та інше.

Пов'язані з особистими фінансами волонтерів. Часто зустрічається висловлювання про потребу заробітку (*"треба їм родини годувати"*). Відповідно, зростання робочого навантаження на основній роботі веде до відмови від волонтерства через брак часу та енергії. Також згадується про відновлення роботи підприємств, які повертають на роботу своїх співробітників.

Деякі волонтери припиняють свою діяльність, коли причина, що спонукала їх до волонтерства, зникає, розв'язується або коли вони адаптуються до неї (*«коли тут стало спокійніше, то повернулись до спокійного життя, роботи»*).

Було висловлено чимало думок щодо емоційних аспектів, які спонукають до припинення волонтерської діяльності:

У всіх групах часто лунали висловлювання про "емоційне вигорання" та виснаження (*"Багато хто вигорів. Бути волонтером дійсно важко"*). Також згадувались відчуття розчарування та втома від тривалості війни (*"відходять ті, хто втратив надію, адже війна затягується"*).

Протилежним мотивом стала адаптація до умов війни як до нової реальності, що зменшила активність боротьби за зміни.

Нагромадження особистих проблем, які потребують уваги (*"життєві обставини, що перешкоджають допомагати іншим"*).

Відчуття ігнорування суспільством проблем, з якими борються волонтери, особливо зазначали зоозахисники.

Високе емоційне навантаження для тих, хто працює з нужденними (*"відвідування дитячого будинку спричинило плач на 2 дні, не всі це витримують"*).

Розчарування через відсутність відчутних змін веде до розчарування (*"усвідомлення, що нічого не змінюється, змушує думати про себе"*).

Страх перед можливими репресіями зі сторони державних органів значно ускладнює діяльність волонтерів.

Існує занепокоєння через перевірки "всіх фондів", де навіть незначні технічні помилки можуть призвести до серйозних санкцій (*"Вони перевіряють зараз фактично всі благодійні фонди, організації"*).

Виникає усвідомлення того, що офіційне оформлення всієї діяльності є нереалістичним, що може створити проблеми під час перевірок.

- Бюрократичні процедури стають великою перешкодою (*"ми повинні звітувати про кількість отриманих речей, їх описати треба"*).

Зазвичай волонтери продовжують працювати незважаючи на обізнаність про потенційні причини штрафів. Але страх перед державними структурами перешкоджає багатьом з них у розширенні своєї діяльності.

Неприємна поведінка з боку отримувачів допомоги, особливо серед ВПО та іноді – командирів підрозділів, теж викликає демотивацію серед волонтерів. Вони часто стикаються з очікуваннями, що волонтери мають виконувати їхні вимоги беззаперечно (*«а люди забувають, думають їм винні всі, висувають претензії типу чому фасоль, а не м'ясо»*). Незважаючи на те, що такі ситуації не є поширеними, вони все ж зменшують мотивацію волонтерів (*«мільйон хороших історій перекривають 2-3 факти»*).

Позиція держави відіграє ключову роль, особливо коли вона відновлює здатність самостійно забезпечувати певні потреби, що зменшує необхідність у волонтерській допомозі (*"структуровано держава виконує і має виконувати"*). У таких ситуаціях виникає проблематика, коли від волонтерів продовжують очікувати виконання дій, які належать до сфери державної відповідальності, навіть після того, як держава поновила свої функції. Це часто трапляється у сферах підтримки внутрішньо переміщених осіб та часткового забезпечення військових (*"так ви ж завжди це робили, в минулому році робили, робить і далі"*).

Також існує усвідомлення серед усіх зацікавлених сторін, що волонтерська діяльність не може на постійній основі замінювати функції держави. Таким чином, у випадку відсутності активних дій з боку держави щодо розв'язання існуючих проблем, волонтери також можуть втратити мотивацію до подальшої роботи.

Присутній і запит на "школи волонтерства", які б навчали передачі знань про роботу, залучення людей, звітування перед громадою, владою та донорами. Незважаючи на те, що підготовка волонтерів вже здійснюється за підтримки різноманітних фондів, на час дослідження цього виявилось явно недостатньо.

Це дослідження підтверджує вплив волонтерської діяльності на різні сфери суспільного життя та допомагає краще зрозуміти, що мотивує волонтерів, враховуючи моральні, емоційні, соціальні та економічні аспекти. Виходячи з результатів, можна висунути гіпотезу для майбутніх досліджень: посилення впливу волонтерства на соціальне життя може лягти в основу розвитку нових форм суспільних відносин і збільшення рівня громадянської довіри. Така гіпотеза вимагатиме подальшої перевірки.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Панькова О.В., Касперович О.Ю., Іщенко О.В. Розвиток волонтерської діяльності в Україні як прояв активізації соціальних ресурсів громадянського суспільства: специфіка, проблеми та перспективи. Український соціум. 2016. № 2(57). С. 25-40

Калиновська Дар'я

аспірантка, спеціальність «Соціологія»

Львівський національний університет ім. І. Франка, Україна

ІНТЕРПРЕТАЦІЯ ІДЕНТИЧНОСТІ В СОЦІОЛОГІЧНОМУ ДИСКУРСІ

Проблему соціальної ідентичності людини можна розглядати через призму кількох наук, таких як соціологія, культурологія, історія та психологія та інші. Актуальність цієї проблеми виявляється в контексті глобальних змін сучасного світу, де трансформується не лише суспільство в цілому, але й наша ідентичність.

Спочатку вивчення ідентичності ґрунтувалося на емпіричних та теоретичних моделях психології, де соціальну ідентичність розглядали як «уподібнення» і «самототожність». Першим, хто сформулював подібний підхід, був **З. Фрейд**, який розглядав ідентичність як несвідомий процес емоційного зв'язку маленької дитини з батьками [2]. У соціології існують різні підходи до аналізу ідентичності, такі як **функціоналізм, феноменологічна соціологія та інтегративний підхід**.

Перш за все необхідно розглянути поняття ідентичності крізь призму **функціоналізму**, представниками якого були Е. Дюркгейм та Т. Парсонс. Концепція французького соціолога Е. Дюркгейма визначає два типи соціальної солідарності: механічну та органічну. Перша існувала в первісних суспільствах, які були синкретичними. У механічній солідарності особистість індивіда не належала йому самому, але була поглинена колективом. Органічна ж солідарність, у свою чергу, переважала у високорозвинених суспільствах, де люди обмінюються діяльністю та знаннями. Тут індивід і суспільство взаємодоповнюють один одного [1].

Базуючись на вивченні як традиційних, так і сучасних суспільств, французький соціолог розробляє теорію трансляції соціальної ідентичності. В традиційних суспільствах індивід формує свою ідентичність, спираючись на культурні особливості соціуму, тоді як у сучасних цей процес відбувається за рахунок колективних норм і цінностей соціальної організації. Т. Парсонс, у свою чергу, концептуалізує соціальну ідентичність як систему кодів, що включає стійкі комплекси норм, правил і установок. Ці коди визначають і символізують соціальні дії суб'єкта. Ідентичність, в цьому розумінні, відображає два

аспекти положення індивіда в суспільстві: розуміння системи, в якій він діє, та усвідомлення норм і проблем самовизначення індивіда у цьому просторі. У визначенні Т. Парсонса ідентичність вважається структурною характеристикою особистості, а не її станом [4]. Обидва підходи функціоналістів схожі тим, що вони визнають вплив суспільства на формування ідентичності індивіда.

Феноменологічний підхід до вивчення соціальної ідентичності представлений працями П. Бергера і Т. Лукмана. З їхнього погляду, соціальна ідентичність є продуктом соціального конструювання реальності. За словами Бергера, «ідентичність є феноменом, що виникає з діалектичної взаємодії індивіда та суспільства» [4]. Ідентичність, виникаючи, закріплюється і трансформується під впливом соціальних відносин. Бергер і Лукман розвивають теорію соціалізації як основу теорії ідентичності. Первинна соціалізація допомагає індивіду стати частиною суспільства, формує образи інших у свідомості. Ключовим етапом є формування образу «узагальненого іншого». Після цього етапу особа входить у суспільство і розпочинається вторинна соціалізація. На цьому етапі індивід може керувати процесом соціального впливу, освоює ті аспекти соціальної реальності, які вважає необхідними. Індивід прагне досягти певного статусу у суспільстві, ідентифікувати себе з іншими, відповідати ролевим очікуванням, зберігаючи свою індивідуальність.

Отже, феноменологічний підхід ґрунтується на ідеї про формування соціальної ідентичності в процесі взаємодії індивіда та суспільства.

Інтегративний підхід, представлений у концепціях П'єра Бурдьє та Ентоні Гіденса, відображається у вивченні соціальної ідентичності. Французький соціолог П. Бурдьє вносить поняття «габітус» у соціологію – систему очікувань, що передається з покоління в покоління і використовується індивідом у нових для нього ситуаціях. Це є ключовим компонентом у формуванні соціальної ідентичності. Кожна людина має свій індивідуальний габітус, який становить специфічну частину групового габітуса. Його можна змінювати під впливом соціальної адаптації особистості та пов'язаний з представленням індивіда щодо його місця у суспільстві [3]. Таким чином, для Бурдьє соціальна ідентичність визначається як індивідуальна сукупність інтерналізованих рис, які мають суб'єктивний та об'єктивний характер.

Щодо Е. Гіденса, він асоціює ідентичність із «соціальною позицією, яка фіксує коло прав та обов'язків, які актор, що відповідає ідентичності, може активізувати або виконати». У його концепції соціальна ідентичність пов'язана з роллю в суспільстві, що визначається правами та обов'язками, доступними особі у конкретному контексті. Такий підхід підкреслює взаємодію між індивідом та соціальним оточенням у формуванні та вираженні ідентичності [5].

Поєднання різних підходів до вивчення ідентичності вказує на те, що вона тісно пов'язана із суспільством, тож є поняття цілком соціальним. Залежно від взаємодії з соціумом, ідентичність може бути придушеною, або, навпаки, сприяти гармонійному розвитку індивіда, як особистості, частини соціального життя. Важливим аспектом цієї взаємодії є соціалізація, де людина вчиться і адаптується до соціальних ролей та набуває знань та вмінь. Як соціальна істота, індивід прагне бути частиною суспільства, але при цьому важливо зберігати свою індивідуальність. Такий взаємозв'язок підкреслює важливість розуміння впливу соціального середовища на формування ідентичності, а також бажання і можливість індивіда виражати свою унікальність у цьому контексті.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Е. Дюркгейм. Про поділ суспільної праці. 1991. – С. 10
2. З. Фрейд. Психологія несвідомого. 1989. – С. 149
3. П. Бурдьє. Ідентичність та репрезентація: елементи критичної рефлексії ідеї регіону. 2002. № 3. С.45–60.
4. Berger P., Lukmann T. The Social Construction of Reality. A Treatise in the Sociology of Knowledge. Penguin Books, 1979
5. Giddens A. The Constitution of Society. Outline of the Theory of Structuration. Cambridge: Polity Press. 1984.

Козачок Тетяна

доцент кафедри міжнародного менеджменту
факультету міжнародної економіки і менеджменту,
*Київський національний економічний
університет імені Вадима Гетьмана, Україна*

ОСНОВНІ КОНЦЕПЦІЇ ЕТИКЕТУ МІЖНАРОДНИХ ПЕРЕГОВОРІВ

Мирне вирішення конфліктів, зміна політичного, економічного та соціального порядку, управління глобальними проблемами, зміцнення міжнародного співробітництва, захист прав індивідів та груп – це неповний перелік ключових цілей, на реалізацію яких спрямовані міжнародні переговори. Сучасний функціонал міжнародного переговорного процесу є достатньо широким, охоплюючи, зокрема сфери: 1) миру та безпеки (угоди про роззброєння, договори про нерозповсюдження ядерної зброї та міжнародні миротворчі операції тощо); 2) торгівлі та економіки (укладення угод про вільну торгівлю, зниження митних бар'єрів та забезпечення чесної конкуренції тощо); 3) зміни клімату та довкілля (укладення угод та прийняття заходів для зменшення викидів парникових газів та адаптації до наслідків зміни клімату та ін.); 4) захисту прав людини та соціальних питань (укладення угод щодо захисту прав людини, боротьби з бідністю та соціальною нерівністю тощо); 5) гуманітарних проблем (реагування на гуманітарні кризи - війни, конфлікти та природні лиха та ін.) [4]. При цьому важливу роль у забезпеченні ефективної та продуктивної взаємодії між учасниками міжнародного переговорного процесу відіграє знання особливостей міжнародного етикету.

Взаємодія з іноземними бізнес-партнерами – це завжди зіткнення різних національних культур. Показово, що майже 70% «зірваних» ділових угод не були укладені тому, що вітчизняні бізнесмени не знають правил ділового спілкування і не володіють культурою поведінки [5]. До прикладу, представники японської ділової культури витрачають сотні мільйонів доларів на рік на навчання хорошим манерам та консультації з питань етикету, культури поведінки [2].

У міжнародному бізнесі існують різні теорії, що досліджують аспекти етикету міжкультурних відносин. Серед них: 1) *теорія культурних відмінностей* (Cultural Dimensions Theory): визначає різноманітні аспекти культури, такі як індивідуалізм-колективізм, влада-відстань, неоцінення неуспіху тощо. Застосовується для розуміння та передбачення того, як ці культурні різниці впливають на комунікацію та взаємодію у міжнародному бізнесі; 2) *теорія Гофстеде* (Goffman's Theory): досліджує концепції

самопрезентації та взаємодії у різних соціальних ситуаціях, що може бути корисним для розуміння та адаптації в міжнародних бізнес-середовищах; 3) *теорія обміну* (Exchange Theory): вивчає взаємність взаємодії між особами та групами в контексті обміну ресурсами. У міжнародному бізнесі ця теорія може бути застосована для розуміння та оптимізації взаємовідносин з партнерами та клієнтами; 4) *теорія сигналів* (Signaling Theory): досліджує способи, які відображають статус, інтенції та інші важливі аспекти у міжособистісній взаємодії. У міжнародному бізнесі це може включати вживання певної мови, підписання певних документів чи виявлення інших сигналів, що можуть вплинути на сприйняття та взаємодію з іншими сторонами [6].

Окрім того, у міжнародному бізнесі реалізуються окремі теорії етикету, що враховують соціокультурні відмінності. Зокрема: 1) *геокультурна теорія* (Geocultural Theory), де етикет розглядається як результат взаємодії географічного та культурного середовища; 2) *культурна теорія* (Cultural Theory), де підкреслюється важливість адаптації до норм, цінностей та традицій країн, з якими ведуться бізнес-перемовини; 3) *теорія стандартів* (Standards Theory), де наголошується на утворенні міжнародних стандартів етикету (наприклад, стандарти щодо бізнес-одягу, формальних виступів та підписання документів); 4) *теорія взаємодії* (Interaction Theory), що вивчає комунікативні патерни, які допомагають зберігати гармонію та продуктивність відносин; етикет розглядається як засіб сприяння ефективній взаємодії між сторонами; 5) *теорія гібридного етикету* (Hybrid Etiquette Theory), яка визнає, що у глобальному світі етикет часто стає гібридним, поєднуючи елементи різних культурних традицій. У теорії підкреслюється важливість гнучкості та адаптивності у міжнародному бізнес-середовищі [1].

Таким чином, знання особливостей етикету міжнародних переговорів є одним з важливих інструментів підтримки гармонійних та успішних відносин між партнерами з різних країн. Адже, незважаючи на те, що сучасний світ прагне до уніфікації, все ж таки залишається багато особливостей, якими славетна та чи інша нація [3].

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Амеліна І.В. Міжнародні економічні відносини: Підр. - Центр навчальної літератури. - 2019. – 256 с.
2. Гриценко Т.Б. Етика ділового спілкування. – Центр навчальної літератури. - 2019. – 344 с.
3. Кубрак О.В. Етика ділового спілкування: Навч.посіб. – Університетська книга. – 2023. – 222 с.

4. Наукове фахове видання України, журнал «Міжнародні відносини, суспільні комунікації та регіональні студії». /Електронний ресурс/ - Режим доступу: <https://relint.vnu.edu.ua/index.php/relint>

5. Періодичне видання «Дипломатія без кордонів» /Електронний ресурс/ - Режим доступу: <https://gdip.com.ua/>

6. Рахліс В., Павленко О. Переговори і медіація: підручник для підготовки професійного переговорника: Підручник, видання 2-е перероблене. – 2021. - 344 с.

Молоціян Анастасія

аспірантка факультету соціології
*Київський національний університет
імені Тараса Шевченка, Україна*

ГРОМАДЯНСЬКА ІДЕНТИЧНІСТЬ У ПОВСЯКДЕННОМУ ВІДТВОРЕННІ НАЦІОНАЛЬНОЇ ІДЕНТИЧНОСТІ

Питання національної ідентичності саме по собі є достатньо емоційно забарвленим, дискусійним та ціннісно орієнтованим. Поза критичних та зламних історичних подій та викликів воно все одно є таким, воно все одно викликає відгук десь у душі. Якщо ж ідеться про періоди чи ситуації в історії держави, розв'язання або перебіг яких торкається аспекту національної ідентичності, то усі згадані характеристики даного питання стають критичними, принциповими та забарвлюються ще яскравіше. Для українців та українок національна ідентичність завжди була не лише теоретичною проблематикою, про яку пишуть філософи та літератори, дискутують аматори та досліджують наковці, а й проблематикою прикладною, вимірюваною. Чи то в українців якесь особливе сприйняття питання національної ідентичності, чи то по своїй суті національна ідентичність не існує у вакуумі, а особливо під час війни, але вже вкотре українці демонструють приналежність до української нації, себто свою національну ідентичність, в дії. Вона є для українців причиною та потужним аргументом, водночас інструментом та зброєю.

Загалом, національна ідентичність представляє певне почуття приналежності людини до держави, нації чи території, яке виходить за рамки громадянства, а у Законі України «Про основні засади державної політики у сфері утвердження української національної та громадянської ідентичності». сформульоване поняття національної ідентичності як стійке усвідомлення особою приналежності до української нації як самобутньої спільноти, об'єднаної назвою, символами, географічним та етносоціальним

походженням, історичною пам'яттю, комплексом духовно-культурних цінностей, зокрема українською мовою і народними традиціями. Отже, національна ідентичність є досить широким поняттям, котре включає у себе як ідеологічно культурницький аспект, так і суспільно діяльнісний. Незважаючи на те, що націоналізм здебільшого асоціюється з гучними заявами та сміливими вчинками, з героїзмом та історизмом, проте саме його повсякденні прояви є чи не найбільш ефективними та «довготривалими» з своїм впливом за рахунок непомітності. Майкл Біліг [Рябчук, 2023] називає таке «банальним націоналізмом» — неусвідомленим (і тому непомітним) відтворенням патріотичного почуття через повсякденні ритуали і практики: читання тих самих газет, уболівання за «нашу» спортивну команду, святкування, хоч би яке пасивне, Дня незалежності і Дня конституції (теж, зрозуміло, «наших»), оглядання прогнозу погоди, де основна або й виключна увага зосереджена на території «нашої» країни, тощо. Себто, ось таке систематичне, повсякденне та тому й разом з тим непомітне відтворення націоналістичних ідей є дієвим та ефективним у підтримці та просуванні націоналізму як такого. Проте, Біліг писав про націоналізм, з його культурницькою, історичною, політичною та символічною складовою. А як щодо громадянської ідентичності?

Дослідники, як правило, виділяють два типи національної ідентичності, причому дають їм різні назви: громадянський та етнічний, або політичний і культурний, або революційний і трайбалістський, або ліберальний та інтеграційний, або раціонально-асоціативний і органічно-містичний, або громадянсько-територіальний і етнічно-генеалогічний, – або просто патріотизм і націоналізм [Шморгун, 1997: с.10-19]. Отже, можна говорити про те, що громадянська ідентичність є складовою національної. Принаймні, вони тісно переплетені. Звертаючись до вже згаданого Закону України «Про основні засади державної політики у сфері утвердження української національної та громадянської ідентичності» бачимо, що українська громадянська ідентичність – це стійке усвідомлення громадянином України, закордонним українцем свого політико-правового зв'язку з Україною, українським народом та громадянським суспільством. Таким чином, якщо національна ідентичність охоплює культурно-історичні та політичні аспекти, то громадянська зосереджена радше на політико-правових. Разом з цим, громадянська ідентичність тісно пов'язана з *активною громадянською позицією*, що виражається в громадській діяльності, участі громадян у вирішенні суспільно-політичних та соціально-економічних питань на різних рівнях, залученості до формування державних політик, участі у виборчих процесах.

Повертаючись до «банального націоналізму», можна припускати, що громадянська ідентичність в Україні за період з початку повномасштабного вторгнення також підпадає

під вимір, котрий запропонував Біліг. Повсякденним проявом громадянської ідентичності стала тотальна включеність українців в політичні процеси, котрі торкнулися кожного та кожну, усвідомлення себе громадянами України та причетність до держави як територіально-політичної одиниці. Буденним проявом стало також усвідомлення важливості залучення до допомоги війську, волонтерська діяльність та організація й підтримка зборів на допомогу армії – громадянська ідентичність у даному контексті не зважає на етнічне походження та віросповідання, вона гуртує громадян довкола спільної мети – зберегти державу та незалежність, знищити ворога та зберегти територіальну єдність. Громадянство набуло іншого, глибшого та екзистенційнішого значення, воно стало означати причетність до зламних та значущих історичних подій, воно почало окреслювати конкретні обов'язки перед Батьківщиною. Готовність захищати власну державу стала чи не найпоказовішим та найпотужнішим проявом громадянської ідентичності, котрий певною мірою став буденним для українців та українок, став частиною теперішнього повсякдення, залишаючись при цьому героїчним. Українці у своєму актуальному повсякденні так чи інакше проявляють власну громадянську позицію, виступаючи за інтереси держави та суспільства у рамках буденних проявів. Саме такою, включеною, свідомою, згуртованою та принциповою є зараз громадянська ідентичність українців у повсякденному відтворенні ідентичності національної.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Громадянська ідентичність [Електронний ресурс] // Відкритий Православний Університет – Режим доступу до ресурсу: <https://oou.org.ua/2021/11/15/gromadyanska-identychnist/>.
2. Про основні засади державної політики у сфері утвердження української національної та громадянської ідентичності. (2022). Закон України від 13.12.2022 № 2834-IX. <https://ips.ligazakon.net/document/t222834>
3. Рябчук М. «Гуртування довкола прапора», або Похвала тутешності [Електронний ресурс] / Микола Рябчук // Онлайн-антологія «Воєнний стан». – 2023. – Режим доступу до ресурсу: <https://www.meridiancz.com/blog/mykola-riabchuk-hurtuvannia-dovkola-prapora-abo-pokhvala-tuteshnosti/>.
4. Шморгун О. Основний зміст поняття "українська національна ідея"// Розбудова держави. – 1997. – № 6. – С.10-19

Onishchuk Illia

first-year student,
specialty «Restaurant business management»,
Zadkine College, The Netherlands

FEATURES OF RESTAURANT BUSINESS DEVELOPMENT IN THE NETHERLANDS (INNOVATIVE EXPERIENCE FOR UKRAINE)

Introduction. In the global landscape of the hospitality industry, the development of the restaurant business stands as a pivotal component, reflecting not only culinary trends but also broader societal and economic dynamics. An exploration of the features of restaurant business development in the Netherlands offers valuable insights that could potentially inform and inspire similar endeavors in Ukraine.

Presentation of the main material. Cultural differences play a significant role in shaping the restaurant industry in different countries. In the Netherlands, a country known for its progressive attitudes and diverse cultural influences, the restaurant scene reflects a blend of traditional Dutch cuisine with international flavors. The Dutch society's openness to experimentation and multiculturalism contributes to a dynamic culinary landscape [4]. On the contrary, Ukraine, with its rich culinary heritage deeply rooted in tradition, may exhibit a different approach to restaurant business development, emphasizing local flavors and customs over international fusion cuisines. Understanding these cultural disparities is essential for adapting business strategies to local preferences and consumer behavior.

The Netherlands boasts a stable economy with a high standard of living, fostering a conducive environment for restaurant development [2]. Moreover, the country's thriving tourism industry contributes significantly to the demand for dining establishments. Contrastingly, Ukraine faces economic challenges, including fluctuating currency values and political instability, which can impact consumer spending habits and investment opportunities in the restaurant sector. Despite these disparities, identifying emerging market trends and consumer preferences is vital for strategic decision-making in both contexts.

The entrepreneurial culture prevalent in the Netherlands fosters innovation and risk-taking within the restaurant industry. Dutch entrepreneurs are known for their creativity, adaptability, and willingness to experiment with new concepts [3]. This culture of innovation contributes to the proliferation of unique dining experiences and attracts both local and international patrons. In contrast, Ukraine is still evolving its entrepreneurship ecosystem, with emerging entrepreneurs facing regulatory barriers and access to capital constraints. Fostering an entrepreneurial mindset

and providing support mechanisms for aspiring restaurateurs are critical steps in nurturing a vibrant restaurant scene in Ukraine.

Effective marketing strategies are essential for attracting and retaining customers in the competitive restaurant market. In the Netherlands, restaurants leverage digital marketing channels, social media platforms, and influencer collaborations to engage with their target audience and enhance brand visibility [1]. Personalization and storytelling are also integral components of successful marketing campaigns. Tailoring marketing efforts to local preferences and cultural nuances is key to resonating with Ukrainian consumers.

Conclusions. The exploration of restaurant business development in the Netherlands unveils a multifaceted interplay of cultural, economic, technological, entrepreneurial, and marketing factors that contribute to the industry's vibrancy and innovation. While the Dutch experience offers valuable insights, it is essential to contextualize these lessons within the unique socio-economic landscape of Ukraine.

REFERENCES

1. Badruddoza Talukder M. Perspectives of Digital Marketing for the Restaurant Industry / M. Badruddoza Talukder, K. Sanjeev, D. Iva Rani // *Advancements in Socialized and Digital Media Communications* / M. Badruddoza Talukder, K. Sanjeev, D. Iva Rani., 2024. – C. 340–358.
2. Country Profile: The Netherlands. – Access mode: https://ec.europa.eu/invest-in-research/pdf/download_en/psi_countryprofile_netherlands.pdf
3. Stam E. The Dutch Entrepreneurial Ecosystem / Erik Stam // *SSRN Electronic Journal* / Erik Stam., 2014. – C. 1–33.
4. Xing, Y.; Jin, C.-H. The Impact of Cultural Values on Attitude Formation toward Cultural Products: Mediating Effects of Country Image. *Sustainability* 2023, 15, 11172. – Access mode: <https://doi.org/10.3390/su151411172>

**TRANSFORMATION OF EVERYDAY PRACTICES IN CELEBRATING
PUBLIC AND RELIGIOUS HOLIDAYS IN UKRAINE**

The study of everyday behavioral practices among representatives of different social groups is a well-established area in modern sociology. However, there are limitations to the scientific field when it comes to extrapolating the concept of everyday life to the peculiarities of the functioning of the institution of religion. In the context of the Russian-Ukrainian conflict, this study's relevance is growing significantly as people's attitudes towards holidays, celebrations, dates, and their sacred explanations are changing. This paper aims to shed light on this issue at both the theoretical and empirical levels. Firstly, we will attempt to formulate an explanatory definition of the term 'everyday life.' Everyday life is a continuous process that encompasses all life circumstances and the familiar environment that surrounds it. It is the actual existence of a person, which includes a variety of choices and actions. According to [1], understanding the history and culture of everyday life starts with the human being and their diverse needs and interests. Combining the concepts of reality and everyday life is an intriguing idea. According to P. Berger and T. Luckmann, everyday life is organized around the 'here' of one's body and the 'now' of the present time [2]. This 'here-and-now' focus characterizes the reality of everyday life, which is as close as possible in terms of time and space. These are the everyday practices in which we physically engage at a particular moment in time.

When considering everyday life, it is important to pay attention to the concept of the 'Life World.' According to phenomenological sociology, the 'Life World' refers to the intersubjective world of everyday life that is shared by those who live in it. It is characterized by common meanings and senses that are taken for granted and unquestioned, and is constituted by the consciousness of its constituent people. E. Husserl defined the 'Life World' as the world of everyday knowledge and activity. E. Husserl interpreted everyday life as a dynamic human lifeworld constructed and reproduced by each individual personality [3]. It is the world in which an individual is born, lives, and must adapt to. It could be argued that the concept of the 'world of life' is broader than that of everyday life, as it encompasses elements that have not yet become part of an individual's experience but have the potential to do so.

In our view, celebrating public and religious holidays is not only a means of countering the reutilization of everyday life but also contributes to the construction of the human life world. To

confirm this theoretical position, we will examine the results of a study conducted by the Active Group company using the SunFlower Sociology online panel. The method involved citizens of Ukraine aged 18 and older completing questionnaires. The sample consisted of 600 questionnaires that were representative of age, gender, and region of Ukraine. The data collection period was December 27, 2023. According to the study, the theoretical error at a confidence level of 0.95 does not exceed 4% [4]. Turning to the results, they illustrate the ongoing transformation of everyday religious practices.

Table 1. Distribution of respondents' answers to the question: 'Which of these New Year's holidays have you celebrated or will you celebrate?' (in %).

St. Nicholas Day (December 6)	49,4
St. Nicholas Day (December 19)	20,1
Christmas (December 25)	63,8
Christmas (January 7)	27
New Year (December 31 - January 1)	84,2
Old New Year (January 14)	16,9
None of them	8,4
It is difficult to answer	3,5

*The sum exceeds 100% because the respondent was able to choose several answers

Significant changes have been observed in the practices of celebrating religious New Year's holidays in Ukraine. This is mainly attributed to the official transition to the New Julian calendar on September 1, 2023. According to a survey, 63.8% of respondents approve of celebrating Christmas on December 25, while only 27% plan to adhere to the previous tradition of celebrating it on January 7. The rapid change in the calendar system is primarily influenced by the ongoing Russian-Ukrainian war and the association of the Gregorian calendar with the religious practices of the adversary. It is also possible that the acceleration of the transition to the New Julian calendar is linked to the European integration processes and the Ukrainians' aspiration to align themselves with both the political and religious aspects of the European space. Regarding the celebration of St. Nicholas Day, there is a positive attitude towards the change in its date; however, it is not considered as significant as the twelve main holidays among Ukrainians. New Year's Day remains the most anticipated and consistently celebrated holiday, with 84.2% of respondents expressing a desire to celebrate it.

Table 2 displays the distribution of respondents' answers to the question: 'Which of the following dates should be a national holiday in Ukraine?' (in %).

Easter (Pascha)	81,9
Christmas Day	76,2
Independence Day of Ukraine	75,9
New Year's Day	73,7
Day of the Defender of Ukraine	49,9

Trinity Day	41,7
Constitution Day of Ukraine	37,5
Victory Day	36,5
International Women's Day	35
Day of the Baptism of Kievan Rus	9,9
Labor Day	8,9
Other	1,5
It is difficult to answer	4,2

*The sum exceeds 100% because the respondent was able to choose several answers

The data indicates that religious holidays are the most widely celebrated at a national level. It is noteworthy that there is an almost identical positive attitude toward the importance of celebrating both Christmas and Independence Day. This may indicate that these dates are associated with major public holidays. Additionally, there has been a decline in the popularity of traditional post-Soviet holidays such as Victory Day and Labor Day. It is probable that the declining popularity of these holidays will persist in the future. If new holidays emerge, but they are exclusively Ukrainian, the practice of celebrating post-Soviet holidays may disappear almost entirely, particularly among young people.

In summary, let us make a few theoretical assumptions. Firstly, the transformation of everyday practices of celebrating public and religious holidays in Ukraine will continue. As the conflict between Russia and Ukraine persists, the significance and sanctity of dates related to post-Soviet and Russian history will continue to diminish. The application of the theoretical framework of the sociology of everyday life and the 'life world' is a highly pertinent area for contemporary sociological theory in the study and explanation of religious practices. It is advisable to monitor the attitudes of Ukrainians towards the importance and dates of public and religious holidays. This data can potentially be used to make managerial decisions at the national level

References

1. Essays on everyday life in Soviet Ukraine during the NEP (1921-1928): Institute of History of Ukraine of the National Academy of Sciences of Ukraine, 2012. 445 p.
2. Berger, P., T. Lukman. Social Construction of Reality URL: <https://mind.ua/books/100-socialne-konstruyuvannya-realnosti-traktat-z-sociologiyi-znan>.
3. Husserl, E. The Crisis of the European Sciences and Transcendental Phenomenology URL: https://www.researchgate.net/publication/270902152_Husserl's_Crisis_of_the_European_Sciences_and_Transcendental_Phenomenology_An_Introduction
4. Pulse of the Week: December 23 - 27, 2023. URL: <https://activegroup.com.ua/2024/01/02/puls-tizhnya-23-27-grudnya-2023-roku/>

ШЛЯХИ ПРИТЯГНЕННЯ АГРЕСОРА ДО МАТЕРІАЛЬНОЇ ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ: СВІТОВИЙ ТА ВІТЧИЗНЯНИЙ ДОСВІД

Внаслідок повномасштабної військової агресії українська держава в цілому і український бізнес в тому числі зазнав і продовжує зазнавати значних втрат – і прямих, і не прямих. Це не лише руйнування підприємств, логістичних центрів, але і переривання виробничих процеси та ланцюгів постачань, життя робітників під постійною загрозою, багато мусило виїхати.

За даними звіту KSE Institute, втрати активів бізнесу станом на серпень 2023 року оцінюються на рівні \$11,4 млрд. Адже від початку війни пошкоджено або зруйновано понад 500 великих та середніх приватних підприємств і держкомпаній. Зрозуміло, що збитки мають бути відшкодовані за рахунок агресора. Якими саме можуть бути джерела їх відшкодування?

1. Перш за все, це репарації.

Але, по-перше, з історичних прикладів, репарації ніколи не виплачувались у повній мірі. Наприклад, Німеччина після Першої світової війни навіть дуже зменшену суму виплачувала понад 90 років, і це носило скоріше формальний характер. А після Другої світової війни – фактично це були не репарації, а масове вивезення з Німеччини устаткування, різноманітних цінностей, навіть особистих речей з боку СРСР. І це стало можливим лише в умовах окупації та поділу Німеччини. А західні країни, навпаки, допомагали через «План Маршалла».

2. Конфіскація активів РФ (державних або приватних) в різних юрисдикціях на користь постраждалих від агресії (найбільш пріоритетний сценарій).

І вже є перші рішення щодо такої конфіскації (зокрема, в Канаді), але наразі активи лише заморожені. Найбільш суттєві з них – це активи Центробанку РФ (на суму понад 300 млрд дол.). І ще приблизно 24 млрд дол. – активи фізичних осіб (олігархів).

3. Отримання доходів від заморожених активів.

Найбільш реальний сценарій, він опрацьовується в межах ЄС як альтернатива конфіскації. Є вже напрацювання щодо передачі заморожених активів трастовому фонду, який потім інвестуватиме їх на ринок капіталу + перерахування відсоткових доходів.

4. Відсоток з надходжень, отриманих від експорту нафти та нафтопродуктів

Тут є прецедент - агресія Іраку проти Кувейту, і потім програма «нафта в обмін на продовольство». Звісно, що масштаби неспівставні, але в перспективі, заради відновлення доступу на західний ринок, російський нафтовий експорт може бути спрямований через Україну, із відрахуванням певної частини маржи (яку наразі забирають інші країни по типу Індії).

Конкретні юридичні механізми компенсації збитків ще в процесі розробки. Принципово, вони можуть бути наступними:

1. Звернення до міжнародного суду (коли йде мова про міжнародний суд, то це перш за все або Міжнародний Суд ООН, або Європейський Суд з Прав Людини).

- Міжнародний суд Організації Об'єднаних Націй у відношенні до РФ як держави взагалі фактично не працює (як в принципі і сама ООН, адже Росія має право вето в РБ ООН). Міжнародний кримінальний суд, який нещодавно виписав ордер на арешт Путіна, не слід плутати з Міжнародним судом ООН. Вони обидва засідають в Гаазі, але мають різну компетенцію, і МКС не входить до офіційних структур ООН. Крім того, в історії є лише одне рішення МС ООН стосовно військового конфлікту - Конго проти Уганди, і його чекали 20 років, і сума там була в сотні разів менше.

- Позови до ЄСПЛ більш розповсюджені, і подаються проти РФ з боку держави Україна, окремих громадян та бізнесу починаючи з 2014 року – до речі, не лише проти РФ, але нажаль, і проти України також.

Обмеження: ЄСПЛ є більше політичним важелем, адже відсутні реальні інструменти виконання; після 24 лютого 2022 р. РФ виключили з Ради Європи. На сьогодні в ЄСПЛ знаходиться понад 2 тис рішень, вже прийнятих проти РФ, які не мають перспектив виконання.

2. Звернення до інвестиційного арбітражу.

- Воно можливе на підставі двосторонньої угоди про заохочення та взаємний захист інвестицій між Кабінетом міністрів України та урядом РФ (ця угода була прийнята у 1998);

- є досить багато прецедентів: позовів від приватних інвесторів до РФ за втрачені активи в Криму та рішень на користь інвесторів, що втратили кошти. Найбільші рішення, які вступили в силу: Ощадбанк та компанії групи Приват (обидва на суми більше ніж 1 млрд дол.);

- нажаль, це працює і у зворотному напрямку – в травні 2022 року Сбербанк Росії досить зухвало подав позов в інвестиційний арбітраж проти України на підставі цієї самої угоди 1998 року через "втрату інвестицій" в Україні;

- і знов-таки, найбільшим рішенням інвестиційного арбітражу проти РФ було рішення на користь акціонерів ЮКОСу (на 50 млрд. дол);

Обмеження: державні активи РФ, в тому числі резерви ЦБ, захищені суверенним імунітетом, тому жодному з позивачів, у яких на руках є рішення міжнародного арбітражу, в тому числі акціонерам ЮКОСу, виконати його поки що не вдалося; позов до інвестиційного арбітражу можливий лише стосовно активів на окупованих територіях; тому що РФ їх начебто визнає своїми, і є факт втрати інвестицій.

3. Звернення до національного суду в Україні.

Цей сценарій є оптимальним для фіксації факту та суми збитків.

- по перше, суд України має право ігнорувати суверенний імунітет РФ (в квітні 2022 було прийняте відповідне рішення Верховного Суду України);

- по друге, українські суди досить активно розглядають такі справи та ухвалюють рішення про стягнення збитків;

- по-третє, можна проявити певну креативність. Іноді, можна ініціювати позови до окремих відповідачів (наприклад, до окремих російських чиновників чи олігархів) - проте важливо надати докази того, що відповідач був залучений до фінансування агресії. Наприклад, фінансував якийсь військовий підрозділ.

Обмеження: виконати рішення українського суду за кордоном буде вкрай складно; законом про виконавче провадження не передбачена можливість відкривати провадження про стягнення з іноземної держави на підставі саме рішень українських судів.

Але рішення українського суду є дієвим інструментом для надання до міжнародного реєстру збитків в межах наступної концепції.

5. Концепція спеціального міжнародного компенсаційного механізму.

Це найбільш вірогідний механізм відшкодування, над яким наразі працює уряд України (в особі Міністерства юстиції, фінансів, закордонних справ) разом з міжнародними партнерами. Спеціальний компенсаційний механізм включатиме такі складові:

1. Міжнародний Реєстр збитків,
2. Комісія з розгляду заяв, яка присуджуватиме суми компенсації до виплати,
3. Компенсаційний фонд, з якого будуть сплачуватися такі компенсації.

Такий фонд працюватиме не лише для юридичних та фізичних осіб, але й для державних збитків. Тому тут дійсно є питання, чи дійде «черга» до бізнесу - зокрема, у тому ж прикладі щодо дамби Каховської ГЕС, KSE оцінював прямі збитки приватного бізнесу приблизно в 105 млн дол, а лише державна компанія Укргідроенерго втратила приблизно в шість разів більше.

ПРІОРИТЕТНІ НАПРЯМИ ПРАКТИЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ СОЦІАЛЬНОЇ ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ БІЗНЕСУ У ПЕРІОД ВОЄННИХ ДІЙ

Соціальна відповідальність бізнесу (СВБ) залишається важливою навіть під час воєнних конфліктів. У таких умовах бізнес має великий вплив на суспільство і може мати вагоме значення в забезпеченні стабільності та підтримки населення.

Варто зазначити, що в Україні була сформована певна загальна система СВБ, проте початок її трансформації заклав COVID-19, а повну зміну напрямів та складників соціальної відповідальності на підприємствах внесла повномасштабна війна в Україні, розгорнута російськими військами.

Пріоритетними напрямками в цьому секторі стали: збереження робочих місць, що сприяє зниженню економічного тиску на суспільство; надання компаніями гуманітарної допомоги (продуктів харчування, медичних засобів, одягу тощо) для потребуючих учасників конфлікту та цивільних жертв; дотримання бізнесом екологічних стандартів, щоб запобігти негативному впливу на навколишнє середовище під час воєнних подій; співпраця бізнесу з неприбутковими організаціями та місцевими громадами для координації гуманітарних заходів та реагування на кризу.

Крім того, компанії повинні бути відкритими щодо своїх дій під час війни та звітувати перед громадськістю про свої ініціативи та витрати. У перші місяці війни одним з головних аспектів СВБ, через велику хвилю біженців, була гуманітарна допомога. Вона надається і зараз, коли більшість компаній, які залишилися працювати на українському ринку тим чи іншим чином залучені до вирішення соціальних питань та благодійності. Подібна допомога надходить також у прифронтові селища та міста українським військовим у вигляді амуніції.

У цей складний період соціально відповідальний бізнес демонструє, що люди є його найбільшою цінністю, а дбайливе ставлення до співробітників, підтримка громад та внесок у загальнонаціональні зусилля є фундаментом для подолання кризи та відновлення країни.

Більшість компаній в умовах війни, незалежно від загальнообов'язкових гарантій, що контролюються державою, надають своїм працівникам і добровільну допомогу. Це грошові виплати або послуги, надання тимчасового притулку і, в першу чергу, збереження

їхнього робочого місця, надаючи змогу заробляти кошти. Організація психологічної допомоги для співробітників, що включає консультації з професійними психологами, надання доступу до ресурсів з підтримки психічного здоров'я – це ще один аспект практичної діяльності соціальної відповідальності бізнесу. У цьому контексті дуже влучно зауважують О. Владимир та Н. Бажанова: «В умовах війни та постійних терористичних актів, направлених на пошкодження критично важливої інфраструктури вітчизняний бізнес зазнає чималих труднощів в організації та веденні поточної діяльності, не кажучи вже про те щоб приділяти значну увагу соціальній відповідальності. Більше того, збереження власної справи у час війни теж можна розглядати як соціальну відповідальність бізнесу. Адже збережений бізнес – це збережені робочі місця, це виробництво продукції та надання послуг населенню, це можливість наповнення місцевих та державного бюджету шляхом сплати податків, що, є вкрай важливим, особливо в час війни» [Владимир, 2022].

Співпраця з громадськими організаціями та владою є дуже важливою, особливо під час війни та гуманітарних криз. Об'єднання зусиль різних секторів дозволяє швидше та ефективніше реагувати на виклики, з якими зіштовхується кожного дня наша країна. Таким чином поєднуються різні ресурси, знання та досвід для досягнення спільних цілей.

Соціально відповідальні підприємства продовжують свою екологічну діяльність, проте дуже важливим пунктом, про який варто говорити вже сьогодні, є відновлення після війни. Після завершення конфлікту, соціально відповідальні підприємства повинні активно долучатися до програм відродження природи та екосистем, допомагаючи у відновленні та збереженні навколишнього середовища, оскільки вже на разі постраждали великі території природного середовища та інфраструктури, які в подальшому можуть бути використані на благо України. Проте розмінування полів, відбудова житлових районів, розчищення землі від зруйнованих підприємств, вимагає великих коштів, тож потрібно бути відповідальними та далекоглядними в цьому питанні.

Отже, ми розглянули досить багато аспектів, що стосуються зміни підходу до визначення соціальної відповідальності бізнесу та визначили, якими новими пунктами наповнилась структура за нових реалій в Україні, а саме приходу війни. Можемо зробити висновки щодо досить серйозних та відчутних змін, які відбулися, проте це й не дивно, так як зараз для всіх ланок та структур суспільства на перший план вийшли проблеми, що принесла з собою війна. Варто зазначити, що такі питання, як екологія, зелене виробництво, певні гарантії для працівників зберігаються і надалі, проте основні сили зосереджені на благодійних ініціативах, гуманітарній допомозі, фінансовій підтримці працівників, постраждалим від війни, переселенцям, військовим. Залучення громадськості до соціальних ініціатив та волонтерської діяльності відбувається за допомогою різноманітних методів

стимулювання. У цьому аспекті соціальна відповідальність бізнесу виступає як ефективний та природний механізм надання підтримки державі.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Владимир О. & Бажанова Н. (2022). Суспільні виклики та соціальна відповідальність бізнесу у час війни. Соціально-економічні проблеми і держава. Вип. 2 (27). С. 45-62. URL: <http://sepd.tntu.edu.ua/images/stories/pdf/2022/22vomucv.pdf>

ДИСКУСІЙНА ПЛАТФОРМА 3

**Тематичні напрямки: вплив соціальних та медіа-комунікацій
на життєдіяльність соціуму**

Гончарова Станіслава

здобувачка 3 року навчання
факультету управління персоналом,
соціології та психології
*Київський національний економічний
університет імені В. Гетьмана, Україна*

ВПЛИВ ІНФОРМАЦІЙНОЇ ВІЙНИ НА ВЗАЄМОДІЮ МАС-МЕДІА З АУДИТОРІЄЮ

Дослідження розглядає вплив інформаційної війни на мас-медіа та їх взаємодію з аудиторією. Аналізується вплив пропаганди на медіа, особливо в контексті війни в Україні. Досліджуються методи маніпулювання українськими медіа і ситуації інформаційної війни, а також розглядаються можливості регулювання інформаційного впливу на взаємодію російських та українських медіа. Аналіз цих аспектів допомагає глибше розуміти взаємодію медіа з аудиторією в умовах інформаційної війни та визначає можливі шляхи регулювання цього процесу.

Сучасна інформаційна війна діє в таких сферах, як політика, дипломатія, військові дії та фінансово-економічний сектор. У цих сферах інформаційні протистояння представлені як циклічний або лінійний обмін інформацією, що може завдати шкоди отримувачу, при цьому надаючи автору певну перевагу. Сутність сучасної інформаційної війни полягає саме в цьому. У межах вивченої базової теорії дослідники визначають, що основні напрями включають інформаційну війну, психологічну війну, гібридну війну та кібервійну [Курбан,

2016: с. 87]. Також існує поняття “інформаційно-психологічна війна”, тобто такий вплив, який спрямований на досягнення ряду цілей [Зеленін, 2014: с. 35], зокрема: підточення морального духу особового складу збройних сил та цивільного населення противника; примус ворога до відмови від бойових дій; впровадження шкідливих ідей у суспільство; ослаблення національних переконань; розповсюдження деструктивних настроїв стосовно мобілізації; залякування власного населення.

Поширеними маніпулятивними методами інформаційної війни є, на думку О. Курбана [Курбан, 2016: с. 89]: 1. **Емоційна маніпуляція** – виклик емоцій через вираження гніву, пихи, радості та інших емоцій. Російська пропаганда часто використовує емоційну маніпуляцію для виправдання війни в Україні. Наприклад, російські ЗМІ роблять акцент на тому, що завдають ударів тільки по військовій інфраструктурі в Україні, а потім показують результати обстрілів на окупованих територіях та прилеглих до фронту російських територіях; потужним прикладом маніпуляції є використовувана роками фраза “бомбити Донбас”, якою російські ЗМІ намагаються маніпулювати, хоча факто доводять, що багато обстрілів здійснювалися з окупованих територій. 2. **Мовчання та приховування** – надання неповної інформації, замовчування фактів, іноді ухилення від спілкування для підсилення повідомлення чи автора. Російська пропаганда замовчує або спотворює інформацію про втрати російських військ у війні в Україні, про втрати техніки тощо, також не повідомляють про загибель мирного українського населення на окупованих територіях, завдані російською армією руйнування мирної інфраструктури, порушення міжнародного гуманітарного права з боку окупанта. Це спотворює картину світу російського споживача інформації. 3. **Маніпуляція надією** – висловлення натяків та сподівань на поліпшення ситуації або позитивні перспективи. Російська пропаганда часто використовує маніпуляцію надією для створення враження, що Росія переможе у війні в Україні. Наприклад, російські ЗМІ часто розповідають про успіхи російської армії на фронті й про те, що Росія скоро досягне своїх цілей. Такий прийом використовується для заміни орієнтирів на перспективу, коли звичайна людина хоче покращення умов власного існування, і їй пропонують прив’язати ці очікування з перемогою над Україною, створюючи враження, що всі проблеми саме через це, а от після перемоги стане краще. 4. **Маніпуляція зі зміщенням акцентів** – перенесення уваги з головного об’єкта на другорядні шляхом актуалізації останніх, тобто прийом, прямо пов’язаний із попереднім. Наприклад, російські ЗМІ часто звинувачують Україну в геноциді проти російськомовного населення, створюючи враження, що відбувається боротьба з “націоналізмом”, “фашизмом”, і всі дії спрямовані на захист окремих категорій населення, які цього потребують. 5. Може бути також **маніпуляція із запереченням фактів**, коли кадри фото і відео оголошуються постановкою.

Найкращий приклад це Бучанська різанина у квітні 2022 року, коли російські ЗМІ наголошували, що масове вбивство це постановка України, так само, коли йшлося про Ізюм чи Ірпінь

Українські медіа проводять величезну роботу з оприлюднення правдивих фактів, розвінчання фейків пропаганди, закриття пропагандистських телеграм-каналі. Дуже важливою є також робота із відстеження повідомлення російській пропагандистських медіа, їх аналіз та розвінчання. Наприклад, цією роботою займається журналіст Денис Казанський у своєму телеграм-каналі (<https://t.me/kazansky2017>). Ми не можемо стверджувати, що українські громадяни більш стійкі до маніпуляцій, але робота багатьох журналістів сприяє тому, щоб вони розвивали критичне мислення та схильність до критичного оцінювання інформації. Українці мають широкий доступ до інформації з різних джерел, різних точок зору, що дозволяє їм формувати власні уявлення про події. Російська аудиторія медіа десятиліттями піддається масованій обробці пропагандою, тому важко очікувати, що навіть найсвідоміші її представники можуть їй опиратися.

Наразі існують численні труднощі, які гальмують боротьбу з російською пропагандою через сучасні медіа [Кирилук, 2020: с. 67]: 1. Відсутність ефективної системи інформаційної безпеки для протидії пропагандистським діям. 2. Недостатнє використання потенціалу конвергентних медіа. 3. Збільшення ролі іноземних ЗМІ та їх використання іншими країнами. 4. Відсутність ефективного контролю зі сторони держави над іноземним інформаційним впливом. Результатом дії цих інструментів може бути введення в оману. Наприклад, 24 січня 2024 року в Белгородській області росії розбився російський військовий літак Іл-76. У російських медіа зразу з'являються твердження, що він перевозив українських військових для обміну, але був збитий українською армією, ці повідомлення розносяться зразу інформаційними джерелами України, що є помилкою. Так само напруження для споживачів інформації створює те, що Україна спочатку утримувалася від коментарів, але потім повідомила, що на борту були ракети для ЗРК С-300, використовувані для обстрілу прикордонних регіонів. Росія вимагає термінового засідання Ради Безпеки ООН через інцидент, але громадськість критикує мовчання кремля та вимагає розслідування. В інформаційному полі створюється багато емоційних маніпуляцій навколо новини, що ще більше загострюється через оприлюднені списки полонених, точної інформації недостатньо, і медіа необхідно працювати в такій ситуації дуже стримано й грамотно. Цей інцидент ілюструє ключові аспекти інформаційної війни: суперечливість інформаційних потоків, формування думок аудиторії та важливість доступу до незалежних джерел інформації. Він показує, як медіа може маніпулювати суспільною думкою та впливати на міжнародні відносини.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ:

- 1.Зеленін В.В. (2014) По той бік правди: нейролінгвістичне програмування як зброя інформаційно-пропагандистської війни, Вінниця: Віндрук, 384 с.
- 2.Кирилюк В.В. (2020) Мас-медіа в умовах інформаційної війни: взаємодія з аудиторією, 84 с. Режим доступу: <http://93.183.203.244/xmlui/handle/123456789/6772>
- 3.Курбан О.В. (2016) Сучасні інформаційні війни у соціальних онлайн мережах, Інформаційне суспільство, 85-90 с.
- 4.Курбан О.В. (2014) Стратегія та тактика сучасної інформаційної активності у соціальних мережах, Вісник книжкової палати, №9, 42-45 с.

Dmytro Dementiev

4th year student of the faculty of personnel management,
sociology and psychology

*Kyiv National Economic University
named after Vadym Hetman. Ukraine*

THE INFLUENCE OF THE TECHNOLOGICAL DIMENSION OF GLOBALIZATION ON THE EMERGENCE OF NEW MODELS OF SOCIAL COMMUNICATIONS

Social communication in the era of globalization of the world is gaining more and more importance and is barely the main factor that directly influences people's consciousness. Since communication in society is carried out between individuals, groups, organizations, states and certain cultures thanks to sign systems that reflect knowledge, thoughts, ideas, value attitudes, emotional states, etc., the transmission of a particular message always elicits a specific impact on a person. At the same time, new forms of social communication are emerging in the conditions of the development of the information society. The latter are more individualized and interactive in their content, and those that have more inherent "authenticity" from the point of view of mass consciousness. It should be noted that social communication is still defined as the formation of a single global information space or as the integration of information communication channels. This aspect of communication appeared under the influence of the information revolution in the early 90s of the 20th century. It includes the Internet and global television. However, the main content of the information revolution was a change in the subjects of work. If earlier humanity directed its efforts to nature and the environment, then with the beginning of revolutionary changes, the main

object of such efforts became human consciousness, both at the individual level and at the collective level [Harkavets, 2017].

The technological dimension of globalization emphasizes the new quality of international interdependencies thanks to information and communication technologies. Everyday life itself is shaped by telecommunication technologies and is characterized by transnational events – political elections, sports competitions, natural disasters, etc. Under these conditions, we simultaneously feel part of both the global and the local world [Maistruk, 2011]. Specialists in the field of television studies assume the existence of the phenomenon of "television hypnosis". Therefore, the use of methods of psychological influence in television is largely manipulative, since completely different motives can be hidden behind very specific goals. None of the mass media, apart from television, is capable of so carefully shaping the illusory images of "awareness of choice". The main advantage of television is the demonstration of a moving video sequence. At the same time, the Internet and new means of electronic communication are gaining more and more power. All new means expand the field of social communication and its possibilities. Nevertheless, the most decisive thing, in my opinion, is that new algorithms of human behavior are set in this way [Harkavets, 2017: c. 3]. We also agree with the opinion expressed in the article N. Maistruk [Maistruk, 2011] and the work of A. Tolstoukhov [Tolstoukhov, 2003] that the world order created by technogenic-official humanity contains threats of total "technologization" not only of human behavior, but also of human worldview, thinking, communication, and is extremely distanced from the natural world. This is due to the fact that the accelerated development of information technologies and their diversity have led to an information crisis today, which is manifested in the contradiction between the limited capabilities of a person to perceive and process information and its amount (especially the information necessary for a person), available and demanded by society and the individual information, as well as in the activation of hostile instincts in individuals and the growth of delinquent and deviant behavior of individuals, especially young people, the "devastation" of the individual as a whole, in the possibilities of manipulating public consciousness as a result of the influence of these factors. The economic, cultural, political challenges and contradictions associated with globalization cannot be excluded from our existence just because we do not like reality and refuse to accept it. Social relations in the cultural sphere are maximally symbolized and devoid of territorial attachment, the latter is the most globalized sphere, which, in turn, stimulates the intensification of globalization in the economy and politics.

Another important feature of globalization is that it penetrates into the depths of social structures, turning them into carriers of new meanings. The process of transition from the old to the new happens quickly. At the same time, any "new" is considered better primarily because it is "global". From now on, local social institutions do not need to go through all the steps of the

vertical hierarchy in order to reach the global level. The family, small groups, local organizations, movements and institutions are globalized in direct and indirect ways, demonstrating new forms of participation in global processes. Moreover, local structures can preserve themselves only when there are network connections between them capable of globalization at their own level. In addition, one cannot fail to note that globalization has a radical effect on our ideas about culture as something inherited, something that descends "from above" and "spreads". In the new conditions, culture becomes the product of a turbulent process of "political competition", because of which global and local "socio-cultural hybrids" are born. Moreover, they often consist of incompatible parts, extremely unstable, such that contradict the traditional context. Being a special normative-theoretical paradigm, globalization overwrites the previous concept of rationality that has developed within the boundaries of "modern society". The new model of rationality, which presupposes, first of all, the freedom of pluralism, is embodied in the "theory of multiculturalism", which is based on the principle of a mosaic of cultural "maps" of regional and professional groups [Naumkina, Tkachuk, 2005: c. 127].

Therefore, the technologization of globalization in the context of social communications manifests itself at all levels of social functioning, bringing both positive and negative aspects there. The emergence of new models of social communications is caused by speed, accuracy, comprehensiveness in information exchanges. After all, the qualitative parameters of these exchanges are becoming increasingly important indicators of the openness of any society at the current stage of its development. However, it is worth considering that "openness" is of two types: there is openness as accepting something different in the form that is inherent to it, and then we talk about pluralism. However, there is also openness as consumption, admission to oneself through adjustment to one's coordinate system. Then, in the best case, we are talking about adaptation, and in the worst - about assimilation or destruction (this is what we are currently observing in the models of social communication in Russian society in relation to everything Ukrainian). The understanding that the system of social communications in the conditions of technological globalization processes is not a static, closed system, but a flow of meanings that constantly dissolves old meanings and enters into new connections, significantly expands the "field" of sociological investigations regarding the study of the transformation processes of modern social communication systems that are associated with the formation of a wider network of communicators and, as a result, the formation of new models of social communications.

REFERENCES

1. Harkavets S. O. Osoblyvosti vplyvu sotsialnoi komunikatsii na politychnu aktyvnist osobystosti v umovakh hlobalizatsiinykh protsesiv, URL:<https://core.ac.uk/download/pdf/84593854.pdf>.
2. Mastruk N. O. Hlobalni komunikatsii ta yikh vplyv na formuvannia suchasnykh transkulturnykh fenomeniv. URL: https://ela.kpi.ua/bitstream/123456789/4848/1/11%20-%201_9_%20-%2014.pdf
3. Naumkina S., Tkachuk Yu. Hlobalizatsiia: tendentsii intehratsii, universalizatsii ta poliaryzatsii suchasnoho svitu. URL: <http://dspace.nbuv.gov.ua/bitstream/handle/123456789/8873/13naumkina.pdf?sequence=1>
4. Tolstoukhov A. Hlobalizatsiia. Vlada. Eko-maibutnie. Kyiv.: Parapan. 2003. 308 s.

Дядюра Карина

здобувачка 3 року навчання
факультету географії, туризму та історії
*Криворізький державний педагогічний
університет, Україна*

ВПЛИВ ПРОПАГАНДИ НА ГРОМАДСЬКУ ДУМКУ В УМОВАХ ВІЙНИ

Проблема впливу пропаганди на громадську думку стає особливо актуальною в умовах війни, оскільки в цей період масові комунікації можуть використовуватися як потужний інструмент для формування переконань, маніпуляції масами та контролю над інформацією. Військові конфлікти найчастіше супроводжуються інтенсивною інформаційною війною, де різні сторони намагаються суттєво впливати на громадську думку як у власній, так і в міжнародній аудиторії. Пропаганда може використовуватися для формування сприйняття подій, зображення ворога або навіть зміни історичного нарративу для підтримки військових дій. Умови війни сприяють появі емоційно напружених ситуацій, коли громадяни стають більш вразливими до впливу масових засобів інформації. Пропагандистські зусилля можуть спричинити широкомасштабні зміни в громадській думці, формуючи певні уявлення та переконання. Негативний вплив пропаганди під час війни включає можливість спотворення об'єктивної інформації, створення ненависті та бажання воювати, а також загрозу свободі слова та демократичним цінностям. Забезпечення об'єктивної та незалежної інформації в умовах війни стає важливим завданням для збереження раціональної та об'єктивної громадської думки.

Сутність пропаганди полягає в тому, щоб використовувати різноманітні засоби масової інформації, комунікації та інші канали для нав'язування конкретного світогляду або перекручення фактів у свою користь. Пропаганда може бути використана для різних цілей, таких як мобілізація суспільства під час війни, підтримка певного політичного режиму, формування стереотипів про інших людей або групи, або навіть для реклами товарів і послуг. Давайте розглянемо класифікації пропаганди. О. Бойко пропонує свою систему класифікації пропаганди, в основі якої лежать критерії природи та джерела інформації. За його визначенням, пропаганда може бути розділена на білу та чорну. Біла пропаганда виникає з відкритих та доступних джерел і характеризується використанням більш м'яких методів переконання, таких як стандартні техніки відносин із громадськістю та представлення аргументів. Чорна пропаганда, навпаки, передбачає поширення повідомлень, які виглядають так, ніби вони мають одне джерело, але насправді надходять з іншого. Поширення дезінформації та маскування справжнього джерела є основними характеристиками чорної пропаганди. Це особливо актуально в умовах війни, яка відбувається зараз в Україні [1].

Пропаганда в умовах війни відрізняється від інших форм впливу на суспільство через особливості конфлікту та його вплив на масову свідомість. Давайте розглянемо основні особливості пропаганди в умовах війни. Це емоційний вплив, деформація фактів, мобілізація громадської думки, використання символів та героїв, контроль над інформацією, використання технології, психологічна війна. В залежності від ефективності та наслідків застосування, а також у контексті мирного часу або періоду війни, наприклад, в ситуації з Україною, пропаганда визнається не тільки як метод просування якихось ідеологій, але як потужна інформаційна зброя та порівнюється до зброї масового ураження. Ціль цієї пропаганди це вплив на масову свідомість населення.

Використання пропаганди в умовах війни може мати серйозні етичні та правові наслідки, і деякі методи можуть порушувати міжнародне право чи стандарти. Особливого значення пропаганда набуває під час інформаційної війни, оскільки ефективне її створення та впровадження надасть переваги над ворогом. Глобалізація вплинула на появу гібридної інформаційної війни, що відкрило можливості для застосування різних форм боротьби одночасно, наприклад, протистояння в кіберпросторі та економічні санкції [1]. Пропаганда в умовах війни активно використовує емоційний вплив на громадян. Страх, патріотизм, обурення – це лише деякі емоції, які пропагандистські кампанії намагаються викликати. Відчуття загрози та необхідності захисту стають основною основою для мобілізації громадськості. Інформаційна війна може переслідувати три цілі: забезпечення контролю над інформаційним простором у своїх цілях; здійснення контролю за інформацією та

інформаційними потоками для проведення. Інформаційних атак на супротивника; для забезпечення ефективної діяльності збройних сил за рахунок військових інформаційних функцій [1]. У сучасних умовах війни пропаганда використовується як інструмент психологічної війни. Спрямована на підірвання моралі противника та стимулювання власного військового духу, вона використовує сучасні технології та соціальні мережі для максимальної ефективності.

Другим важливим аспектом є величезний вплив пропаганди на формування громадської думки через використання різноманітних засобів масової інформації. Сучасні технології, такі як соціальні мережі, телебачення та Інтернет, надають пропагандистам можливість швидко та ефективно розповсюджувати ідеї серед широкого загалу, впливаючи на їхні погляди та переконання. Третім аспектом є той факт, що пропаганда може породжувати психологічні механізми, такі як маніпуляція та контроль над інформацією. Засоби масової інформації, які виступають інструментами пропаганди, можуть змушувати громадян вірити у певні ідеї, навіть коли вони суперечать об'єктивним фактам. Вченими було доведено, що мас-медіа привертають увагу суспільства до певних проблем і роблять їх актуальними, хоча інколи вони є доволі далекими від реальних потреб аудиторії. На підтвердження цього наводилися дані досліджень, відповідно до яких громадська думка і зміст газет були практично ідентичні, тобто приділяли приблизно однакову увагу різноманітним проблемам. Можна зробити висновок, що ЗМІ здатні цілеспрямовано конструювати проблеми, міру їх важливості а отже, цілеспрямовано формувати громадську думку [2].

Загалом, вплив пропаганди на громадську думку є складним та багатогранним явищем. Сучасне суспільство повинно бути критичним до інформації, яку воно отримує, та здатним розрізняти об'єктивність від маніпуляцій. Лише в такому випадку можна забезпечити стійкість громадської думки перед негативними впливами пропаганди та зберегти основні цінності сучасного суспільства. Пропаганда, як систематична і цілеспрямована інформаційна діяльність, спрямована на формування чи маніпуляцію громадською думкою, може мати значний вплив на сприйняття подій, формування поглядів та визначення громадських ставлень. Важливо враховувати, що пропаганда може використовувати різноманітні техніки, такі як вибіркоче подання інформації, викривлення фактів, емоційно заряджені матеріали та інші, для досягнення своїх цілей. Це може призводити до спотворення об'єктивності інформації та сприяти формуванню у громадськості певних уявлень чи поглядів. Критичний підхід до інформації, розвинені навички медіа грамотності та активна участь громадян у пошуку різноманітних джерел інформації є важливими елементами опору впливу пропаганди. Висвітлення справжньої та

об'єктивної інформації, а також відкритий діалог у суспільстві можуть допомагати відповідати на виклики, що виникають внаслідок пропагандистського впливу на громадську думку.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Кузьмук О.М., Любчук В.В. Пропаганда як зброя: соціальний дискурс. Луцьк, 2022. 976-980 с.
2. Перегляд Методи та форми впливу на громадську думку у сучасному українському суспільстві. Вісник НТУУ "КПІ" Політологія. Соціологія. Право. URL: <http://visnyk-ppsp.kpi.ua/article/view/119066/113424> (дата звернення: 10.12.2023). 91-92 с.

Коломієць Валерія

здобувачка 1 року навчання, МБА програми (універсальна),
*Київський національний економічний
університет ім. В. Гетьмана, Україна*

ВПЛИВ СОЦІАЛЬНИХ ТА PR-КОМУНІКАЦІЙ НА РІВЕНЬ ЗАЛУЧЕНОСТІ НОВИХ ПАРТНЕРІВ КОМПАНІЇ

Партнерство в сучасному бізнес-середовищі розглядається як ключовий елемент стратегічного управління та розвитку компанії. Партнери компанії – це організації, особи або інші суб'єкти, з якими компанія встановлює взаємовигідні відносини для досягнення спільних цілей або реалізації конкретних проєктів. Такі взаємовідносини допомагають вирішувати ряд завдань, включаючи розширення ринкового доступу, обмін знаннями та ресурсами, оптимізацію процесів виробництва чи надання нових продуктів та послуг.

Процес залучення нових партнерів в компанію є доволі складним та вимагає різноманітних заходів, особливе місце серед яких займають комунікації. Роль комунікації останніми роками зростає, адже саме за допомогою комунікації будь-яке підприємство взаємодіє як з внутрішнім середовищем (працівниками), так і з зовнішнім середовищем (організаціями, окремими членами суспільства, які не входять до її внутрішнього середовища). Комунікація дозволяє здійснювати обмін думками, ідеями, інформацією, що забезпечує її учасникам взаєморозуміння [Шульгіна, 2023: с. 8].

Здійснення ефективної комунікації передбачає узгодження багатьох складових. В першу чергу, готовності партнерів до комунікації, виявлення і усунення перешкод, правильний вибір способів комунікації, поєднання усної, візуальної та письмової форм

комунікації та ін. Ефективність комунікації може бути істотно знижена у випадку, якщо присутні неточність формулювання повідомлення, існування втрат інформації у процесі її передачі, неуважності комунікантів, передчасної оцінки та інших чинників.

Соціальні комунікації відносяться до обміну інформацією та взаємодії між людьми, тобто охоплюють широкий спектр спілкування, яке відбувається через різні канали та платформи, такі як особисті розмови, телефонні дзвінки, електронні листи, а також соціальні мережі та інші онлайн-середовища [Холод, 2019: с. 9]. Тобто, інакше кажучи, в рамках досліджуваної теми, соціальна комунікація передбачає взаємодію представника певної компанії з потенційним партнером.

PR, в свою чергу, є одним із найбільш ефективних способів залучення нових партнерів до бізнесу, саме за його допомогою можна отримати необхідну увагу з боку майбутніх партнерів, а також покращити репутацію компанії та довіру до бренда. Відповідно, чим ефективніше використовуються соціальні та PR-комунікації, тим вищим буде рівень залученості партнерів.

До основних аспектів соціальних комунікацій можна віднести такі як:

- особисті розмови представника компанії та потенційного партнера, тобто обмін інформацією між ними;
- телефонні розмови (голосова комунікація);
- обмін повідомленнями через електронну пошту;
- взаємодія та обмін інформацією в онлайн-середовищі;
- спільні події, конференції, де взаємодіють групи людей, відповідно одночасно відбувається взаємодія та встановлення зв'язків з більш як одним потенційним партнером;
- поширення інформації про компанію та пропозиція партнерства за допомогою реклами.

Отже, соціальні комунікації є важливою складовою кожного суспільства для побудови взаєморозуміння та взаємодії між людьми, а в даному випадку між компаніями та її потенційними/наявними партнерами.

Як вже було відзначено вище, PR-комунікації дозволяють отримати необхідну увагу зі сторони потенційних партнерів, зацікавити їх майбутньою співпрацею. PR-комунікації (Relations Public – відносини з громадськістю) є стратегічною галуззю комунікаційної діяльності, яка спрямована на створення позитивного іміджу компанії, бренду чи особи в очах громадськості та зацікавлених сторін [Штомпка, 2022: с. 64].

Основною метою PR-комунікацій є встановлення та підтримка взаємовідносин між організацією та її різноманітними аудиторіями, такими як клієнти, партнери, інвестори,

співробітники, ЗМІ та інші групи впливу. Вони є важливим інструментом для розвитку відносин та створення довіри в сучасному бізнес-середовищі.

В якості основних завдань PR виступають формування образу компанії шляхом забезпечення комунікації з цільовою аудиторією, заняття лідируючих позицій серед конкурентів, збільшення впливу в суспільстві, формування певного кола друзів та партнерів і створення позитивного психологічного клімату на підприємстві [Король, 2017: с. 46].

До основних способів залучення нових партнерів за допомогою PR-комунікацій відносяться:

- створення контенту, який буде цікавим для аудиторії компанії, це перший крок до залучення нових партнерів та клієнтів. Зазначене можна реалізувати за допомогою блогів, які будуть розміщені на сайті компанії, розповідей про послуги, товари, продукти компанії у соціальних мережах, розповідей про переваги співпраці; створення відео в мережі YouTube. Особливу увагу варто звернути на інформативність, релевантність та цікавість контенту для потенційних партнерів по бізнесу;

- приймати участь у різноманітних подіях, зокрема у конференціях, виставках та семінарах, що допоможе залучити нових партнерів та покращити репутацію компанії;

- важливо налагодити ефективну взаємодію з журналістами – доцільно розповідати про новини та плани в напрямку розвитку компанії. Відповідно, опублікована ними стаття в фаховому журналі або показ інтерв'ю на телеканалах, нададуть можливість партнерам більше дізнатися про діяльність компанії, переваги від співпраці з нею, тобто призведуть до зацікавлення майбутніх партнерів у співпраці з компанією;

- важливою є співпраця з блогерами та інфлюєнсерами, яка теж є вкрай корисною для залучення нових партнерів. Вони мають величезну аудиторію, і якщо вони розповідають про компанію своїм передплатникам, це може значно збільшити кількість нових партнерів, особливо, якщо співпраця з партнерами передбачає заробіток.

Наприклад, існують партнерські програми, які працюють в сфері інформаційних технологій. Основною задачею партнерів таких компаній є залучення потенційних клієнтів, які готові будуть користуватися послугами компанії, на яку працює партнер. Крім того, такі партнерські програми винагороджують всіх вже існуючих партнерів за кожного нового партнера, якого вони зареєструють на платформі компанії.

Інакше кажучи, існують компанії, які керують платформою, де покупці та продавці купують і продають потенційних клієнтів, дзвінки та кліки. В якості прикладу такої компанії можна навести «LeadsMarket» – партнерську програму (маркетплейс), яка пропонує партнерам з усього світу монетизувати трафік на фінансових CPL офферах. Основною задачею партнерів LeadsMarket є залучення потенційних клієнтів, які готові

будуть взяти короткострокові кредити, кредити до зарплатні, кредити під залог (особисті кредити, бізнес-кредити, авто кредити). Крім того, партнерська програма LeadsMarket винагороджує всіх вже існуючих партнерів за кожного нового партнера, якого вони зареєструють на платформі;

- відповідь на запити партнерів – ще один спосіб їх залучення. Працівникам компанії потрібно слідкувати за соціальними мережами та заздалегідь відповідати на запити партнерів. Це допоможе створити лояльність та залучити нових партнерів.

Таким чином, залучення нових партнерів через соціальні та PR- комунікації – це ефективний спосіб просування бізнесу. Створення унікального контенту, участь у подіях, взаємодія з журналістами, співпраця з блогерами та відповіді на запити партнерів, можуть допомогти залучити нових партнерів, покращити репутацію та збільшити продажі компанії. Чим більш ефективно та грамотно розвинуті соціальні та PR-комунікації, тим вищим буде рівень залученості нових партнерів компанії.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Король І. В. Маркетингові комунікації: навчально-методичний посібник. Умань: ВПЦ «Візаві», 2017. 151 с.
2. Холод О.М. Комунікаційні технології: підручник. К.: ЦУЛ, 2019. 211 с.
3. Шульгіна Л.М. Бізнес-комунікації: навчально-методичний комплекс. Київ: КПІ ім. Ігоря Сікорського, 2023. 151 с.

Копанчук Тетяна

здобувачка 4 року навчання факультету географії, туризму та історії
Криворізький державний педагогічний університет, Україна

ВЛОГІНГ: МІСЦЕ І РОЛЬ В СУЧАСНОМУ ІНФОРМАЦІЙНО-КОМУНІКАТИВНОМУ ПРОСТОРИ

Влоги, поряд з традиційними блогами, посідають важливе місце у розвитку в перебігу процесів масової комунікації, виступаючи потужним регулятором суспільних відносин та засобом формування громадської думки. З огляду на стрімкість поширення влогінгу та масштабів його впливу на людей різного віку і соціального статусу вивчення його місця і ролі в українському інформаційно-комунікативному просторі набуває

неабиякої актуальності.

Традиційні блоги з'явилися у першій половині 1990-х рр., а влоги дещо пізніше – на початку 2000-х рр., набувши свого масового поширення із розвитком відеохостингів Vimeo (2004), YouTube (2005), Instagram (2010) та TikTok (2016). Під влогом (відеоблогом) розуміють персональний сайт (акаунт) інтернет-користувача або їхньої групи, на якому викладається переважно відеоконтент [Warmbrodt, 2010]. Ведення такого сайту/акаунту передбачає комунікацію з підписниками задля отримання зворотної реакції у формі коментарів, репостів, «вподобайок».

У глобальному сенсі, відеоблоги як частина сучасного інформаційно-комунікативного простору характеризується низкою специфічних рис, таких, як відсутність просторово-часових меж поширення і демократизм, що створюють можливості для активної комунікації користувачів зі всього світу. На відміну від традиційних ЗМК, більшість сучасних відеохостингів мають розгалужену пошукову систему, що дозволяє швидко знайти тематичне відео чи його творця. Також варто наголосити на таких характеристиках влогів, як: суб'єктивований характер розміщеної інформації; розташування записів у хронологічному порядку; періодичність оновлення для підкріплення інтересу підписників; спілкування у форматі як реального, так і відтермінованого в часі; миттєва реакція на запити громадськості – тематичні тренди відбивають актуальні події, які відбуваються у суспільстві і цікавлять підписників; суттєво швидше здійснюється поширення інформації, ніж у традиційних ЗМК; відеоконтент має персоніфікований характер, спрямований на цільову аудиторію, що дозволяє створювати групи за інтересами; взаємопов'язаність учасників комунікаційного процесу – історії пошуків, переглядів, реакцій, дописів поширюються серед усіх безпосередніх комунікантів і тих, хто з ними пов'язаний [Aggarwal and oth., 2012].

З-поміж основних функцій відеоблогів виокремлюють: *інформаційно-комунікативну* (автори діляться інформацією про певну тему, включаючи різні види контенту, його поширення та обговорення); *розважальну* (відеоблогери створюють розважальний контент, що задовольняє інтереси глядачів); *мотиваційну* (влоги мають неабиякий вплив на глядачів, активно формуючи ціннісні орієнтації, просуваючи національні ідеї, підтримуючи діяльність волонтерів, благодійних організацій); *просвітницьку* (поширення освітнього контенту влогерами-викладачами, коучами та психологами); *рекламну* (автори влогів співпрацюють з рекламними компаніями, популяризуючи різні товари/послуги); *соціалізації* (згуртування та підтримання соціальних контактів); *самопрезентації* (самопозиціонування творчого контенту, спосіб самовираження автора); *саморозвитку/рефлексії* (створення «ідеального» образу себе,

публічність вимагає від авторів грамотного викладення думок, розвинених ораторських здібностей); *психотерапевтичну* (влог допомагає виражати емоції, зняти психоемоційну напругу, поділитися горем, отримати пораду у розпачі) [Абросімова, 2017; Іпатьєва, 2018]. Отже, функції влогів є різноманітні і подекуди перетинаються між собою. Кожен влогер переслідує свою мету, обирає власну стратегію розробки і ведення влогу. Проте усіх влогерів єднає спільне бажання – знайти й утримати свого глядача, збільшувати аудиторію, монетизувати власну Інтернет-творчість.

Сьогодні популярність блогів і влогів настільки велика, що вони можуть бути визначені як новий жанр журналістики чи Інтернет-літератури. Відрізняючись від своїх первинних форм – життєвих описів, щоденників, вони перетворилися на потужний інструмент впливу у рекламі, бізнесі, державній політиці, сфері громадської думки, маючи велике практичне значення для широкого кола персонально незацікавлених користувачів і представників ЗМІ. Надзвичайна популярність влогів пов'язана з прагненням сучасної людини до самовираження, самостійного формування свого кола спілкування і джерел інформації. Влоги просто надали для цього зручні технічні можливості. Їх використання дозволяє швидко створювати нові соціальні комунікації, не обмежені кордонами спільноти за інтересами, захопленням і симпатіями.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Абросімова Є. Є. Відеоблогінг. Теорія та практика у суспільному розвитку. 2017. № 8. С. 9-13.
2. Іпатьєва В. А. Формати та жанри відеоблогів. Молодий учений. 2018. № 25. С. 369-373. URL: <https://moluch.ru/archive/211/51788/>.
3. Aggarwal R., Gopal R., Sankaranarayanan R., Singh P. V. Blog, Blogger, and the Firm: Can Negative Employee Posts Lead to Positive Outcomes? Information Systems Research. 2012. Vol 23. No. 2. P.306-322. URL : <http://www.jstor.org/stable/23274425>.
4. Warmbrodt J. Understanding the VideoBloggers' Community. International Journal of Virtual Communities and Social Net-working. 2010. Vol. 2. No. 2. P. 43–59. URL : <https://doi.org/10.4018/ijvcsn.2010040104>.

ПОШИРЕННЯ МЕДІАКОНТЕНТУ ЧЕРЕЗ ІМ-ПЛАТФОРМИ: КОНЦЕПТУАЛЬНІ ЗАСАДИ ДОСЛІДЖЕННЯ

У світі постійних технологічних інновацій і зміни споживчої поведінки щодо медіаконтенту, сучасна теорія медіакомунікацій активно проявляє інтерес до вивчення нових інструментів поширення інформації. Однією з таких перспектив є ІМ-платформи або спрощено – месенджери, що поступово стають невід’ємною частиною повсякденного життя людини. Наразі месенджери переживають другу хвилю популярності, яку здобули завдяки переосмисленню поняття “медіаконтент” і врахуванню змін у потребах аудиторії, що відобразилось у технологічному та функціональному забезпеченні сервісів.

Етимологічно, слово “месенджер” походить з англійської мови “instant messenger” (ІМ) – дослівно перекладається як “миттєвий вісник”. ІМ-технологія – це технологічний засіб електронного обміну інформаційного вмісту, що забезпечує миттєву комунікацію між групою користувачів за допомогою тексту, зображень, відео та аудіофайлів, та дозволяє зберігання і поширення медіаконтенту, посередництвом Інтернет-мережі та цифрових пристроїв [Баришполець, 2018]. Наразі, в медіапросторі ІМ-технологія представлена такими сервісами як *Discord* (250 млн користувачів), *WeChat* (1,3 млрд користувачів), *WhatsApp* (2 млрд користувачів), *Viber* (250 млн користувачів), *Telegram* (1 млрд користувачів), *Skype* (300 млн користувачів), *Signal* (100 млн користувачів), *iMessage* (1,3 млрд користувачів) (наведені вище дані актуальні станом на 27 листопада 2023 року [Datareportal. Global Social Media Statistics, 2023]).

Аналіз окреслених цифрових продуктів, дає можливість виділити особливості сервісів миттєвого обміну повідомлень у комунікаційному просторі. Серед них – **приватність листування**, що забезпечується технічним шифруванням повідомлень, секретними чатами або обмеженням часу існування контенту. **Аудіо- та відеодзвінки**, платформи дозволяють створювати конференції та надсилати голосові повідомлення. **Ігрова складова та розважальні елементи** - міні-ігри, такі як тетріс, карти, змійка, шахи, пінбол тощо. Актуальними є **фінансові операції та платежі**, що дозволяють оплачувати послуги, надані бізнесом посередництвом месенджерів. Типовими вже стали **текстовий та графічний редактор**, месенджери дозволяють без залучення сторонніх програм редагувати текстові файли та зображення, перевіряти інформацію на орфографічні та

синтаксичні помилки, обрізати картинки, накладати фільтри, малювати на них тощо. **Візуальна складова** ІМ-платформ – користувачам надається можливість доповнювати візуальні елементи комунікації сервісів власними файлами – стікерами, гіфками та емодзі, завантажувати власний стиль шрифтів. Типовою рисою стала **інтеграція сервісів та боти** – користувачі можуть модифікувати його, доповнювати необхідним функціоналом, в межах визначених розробником. Це додаткове авторське програмне забезпечення користувачів, яке вони можуть створити та інтегрувати до месенджера. Наприклад, популярними серед аудиторії є аудіо- та відеоботи, що дозволяють прямо у месенджері слухати улюблену музику або дивитись фільми, хоч розробники не передбачали цієї функції. Характерними є **анонімність та пластичність форматів контенту**, месенджери не вимагають від користувача публічності й не мають єдиної стрічки медіаконтенту, користувач самотужки підписується на необхідне джерело інформації і регулює наповнення свого інформаційного простору. Дані особливості ІМ-сервісів закладають широкий потенціал до розвитку і роблять їх ефективним інструментом поширення інформації та конкурентом для звичних нам соціальних мереж. Протягом останніх років можемо спостерігати значний прогрес серед месенджерів, що визначається зміною їх положення у системі комунікацій. ІМ-сервіси перестали бути суто засобом передачі інформації та альтернативою SMS та email спілкування, а стали повноцінним джерелом її розповсюдження. Фахівці галузі нових медіа, зокрема Norman J. Medoff та Barbara K. Kaye, відмічають розширення функціоналу месенджерів та мультимедійних можливостей, перехід до кросплатформеності. ІМ-платформи адаптувались до моделі споживання інформації споживачами та трендів у зміні медіаконтенту, врахувавши недоліки соціальних мереж та надавши користувачам можливість персоналізації сервісу під власні потреби, через інтеграцію з іншими сервісами та боти [Медофф & Кейе, 2021]. Тим самим, становлення ІМ-технології визначає нову сутність світового медіапростору та форми комунікації, що колись починалось як простий обмін текстовими повідомленнями, сьогодні перетворилось у системний та мультимедійний підхід до комунікації та роботи з аудиторією.

Основа дослідження ІМ-сервісів, як і будь-яких інших медіа, закладається визначенням їх місця у процесі комунікації. Кожен із месенджерів має рівень управління комунікацією, що представлений комунікантом – джерелом інформації, суб'єктом, що генерує повідомлення, та рівень адресату – той, на кого спрямоване повідомлення і хто є споживачем медіаконтенту. ІМ-платформи не обмежують користувачів у можливості створювати, поширювати та споживати медіаконтент, а тому в ролі комуніканта чи адресата може виступати будь-яка особа або група осіб, зареєстрована у сервісі. Можна виокремити такі категорії джерел інформації та її отримувачів: віртуальна спільнота, що представлена

групою користувачів, окремих контакт (користувач), секретні чати або приховані спільноти, офіційний канал розробників.

У месенджерах роль повідомлення відіграє медіаконтент. ІМ-платформи забезпечують широке жанрове та видове різноманіття інформаційного вмісту – розважальний, інформаційний, рекламний. Політика ІМ-платформ не передбачає обмеження у видовому розподілі спільнот [Ейхорн, 2022]. Через це користувачі мають повну свободу у виборі інформації для поширення та вираженні власних думок, а медіаконтент не проходить через механізми фільтрації, модерування та контролю. Автор чи група авторів спільноти або чату несе особисту відповідальність за поширюваний зміст та має брати на себе організацію перевірки інформації.

Кожен з месенджерів має власні засоби та інструменти, що допомагають створювати, зберігати та поширювати медіаконтент, відповідають характеру переданого медіаконтенту і прийнятні для користувачів. Аудиторії ІМ-платформ надані текстовий редактор, що дозволяє виявляти і виправляти помилки, формувати повідомлення та слова, закріплювати за ними посилання. Для роботи з аудіо та відео форматом сервіси залучають власний програвач та меню керування файлом, що дозволяють перемотку вмісту, пришвидшення, паузу, регулювання гучності, перемикання між файлами, а у випадку з відео – налаштування масштабу. Окрім відтворення контенту, пропонуються інструменти створення – вбудований диктофон, що зорієнтований на мікрофон телефону та дозволяє записувати голосові повідомлення, музикальні композиції, робити дублікати аудіофайлів з мережі. Також є редактор для зображень та відео, месенджери надають можливість зробити швидке фото або відео і відправити його у якості повідомлення користувачу, без витрат часу на імпорт з внутрішнього сховища. Перед відправкою можна відредагувати відео чи фото, вилучити з нього звук, нанести графічне зображення, додати ефектів та візуальних фільтрів. Наявні інструменти файлообміну, що дозволяють зберігати важливі повідомлення.

Останнім рівнем комунікаційного процесу є ефект впливу на аудиторію, який визначає результативність комунікації та відповідність закладеної в інформаційну кампанію мети. ІМ-платформи обмежені у засобах, що б надавали можливість виміру даного ефекту – відсутній офіційний рекламний чи статистичний кабінет, який би забезпечував доступ до даних взаємодії аудиторії з наданим повідомленням. Саме тому, як відмічають фахівці з комунікацій у медіа, залучаються сторонні сервіси та web-ресурси, що на основі відкритих кількісних та якісних показників, надають можливість комуніканту визначити ефект повідомлення [Жонг, 2021]. Серед кількісних показників маємо типові для соціальних мереж кількість лайків та коментарів, переглядів повідомлення, репостів,

динаміка підписок та відписок на конкретній спільноті або каналі, кількість та вид реакції на повідомлення, виражена у емоذجі. З якісних маємо звичне нам змістове наповнення коментарів та відгуків на поширюваний медіаконтент. Системи миттєвого обміну повідомленнями є не лише зручним інструментом комунікації, але і ключовим елементом сучасного інформаційного суспільства, що оптимізує процес обміну інформації, створення та розвитку спільнот.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Баришполець О. Т. Український словник медіакультури. Київ : Міленіум, 2018. 196 с.
2. Clampitt P. Social Media Strategy: Tools for Professionals and Organizations. Thousand Oaks : SAGE Publications, 2017. 328 p.
3. Datareportal. Global Social Media Statistics. URL : <https://datareportal.com/social-media-users> (дата звернення 28.11.2023).
4. Eichhorn K. Content: The MIT Press Essential Knowledge series. Cambridge : The MIT Press, 2022. 192 p.
5. Medoff J. N., Kaye K. B. Now Media: The Evolution of Electronic Communication. London : Routledge, 2021. 436 p.
6. Zhong B. Social Media Communication: Trends and Theories. Hoboken : Wiley-Blackwell, 2021. 208 p.

Мамай Софія

здобувачка 4 року навчання факультету управління персоналом,
соціології та психології
*Київський національний економічний
університет ім. В. Гетьмана, Україна*

РОЛЬ ЗАСОБІВ МАСОВОЇ КОМУНІКАЦІЇ У ФОРМУВАННІ ЦІННІСНИХ ОРІЄНТАЦІЙ МОЛОДІ

Актуальність теми на сучасному етапі є незаперечною, оскільки медіа стали необхідною частиною життя суспільства та важливим інструментом впливу на індивідуальну та колективну свідомість. Медіа сьогодні визначають спосіб сприйняття інформації та формують відношення до різних соціокультурних явищ. Передача новин, коментарі, аналітика та реклама здатні впливати на уявлення особистості про світ та події навколо неї. Засоби масової інформації спроможні пропагувати певні ідеології, стереотипи та цінності, що може впливати на формування соціокультурних практик особистості, і молоді зокрема.

Нами було проведене дослідження на основі вторинного аналізу інформації про вплив соціальних мереж на життя людини, на її самопочуття та свідомість. Також воно підкріплюється особистими спостереженнями та гіпотезами автора.

Мета дослідження: дослідити вплив засобів масової комунікації (ЗМК) на формування ціннісних орієнтацій молоді.

Гіпотеза: на мою думку, дослідження покаже, що сучасна молодь значною мірою користується різними засобами масових комунікацій та переймає певні способи поведінки, стиль життя та формує під цим впливом свої ціннісні орієнтири.

Огляд наукової літератури. За основу свого дослідження, я взяла роботу відомого вченого Девіда Морлі «Дослідження зі сприйняття телебачення. Культурні патерни».

Девід Морлі у своїй праці говорить, що в залежності від статі, класу, раси, зайнятості, віку, культурних обставин формується сприйняття аудиторією інформації, яку продукує медіа. Також автор зазначає, що аудиторія готова була прийняти нав'язаний самообраз, запропонований програмою телебачення за дійсність, що транслює важливість телебачення (медіа) у житті людини та прийнятті нею рішень. Пізніше теорія Девіда Морлі послугувала для детальнішого аналізу медіа-аудиторії для кращого впливу на неї. При цьому автор пропонує «розбити» її на цільові аудиторії за статусом, віком, сімейним положенням та іншими демографічно-соціальними показниками.

Власні думки щодо проблеми. Завдяки розвитку інтернету та цифрових технологій, медіа стали більш інтерактивними та доступними для всіх користувачів. Це дозволяє індивідуалізувати зміст та взаємодіяти з ним, що робить медіа ще більш суттєвим елементом сучасного інформаційного суспільства. У підсумку, медіа відіграють важливу роль у формуванні соціокультурних практик та визначенні способу життя сучасної особистості, і молоді зокрема. *Медіа впливають на свідомість молоді через різноманітні механізми та стратегії:*

- 1) Впливають на свідомість через фільтрацію та вибір інформації, яку вони надають, і відображення подій у відповідному контексті
- 2) Можуть підсилити певні ідеї, цінності та переконання через представлення певних груп людей або ідеологій у позитивному або негативному світлі
- 3) Використовуються для агітаційних цілей, впливаючи на свідомість через політичну та соціальну рекламу
- 4) Застосовують розважальний контент (фільми, серіали, короткі ролики у соціальних мережах) для впливу на свідомість через насадження смаків, стилю життя та цінностей через втілення певних образів і ідеалів

5) Використання сучасних медіа відображається на загальному почутті підлітків: погіршення сну, зменшення концентрації. На підтвердження даних слів, можу згадати дослідження від “Heather Cleland Woods”: дуже активні користувачі соціальних мереж частіше, ніж середньостатистичні користувачі, повідомляли про пізнє засинання (BP 2,14, 95% ДІ від 1,83 до 2,50) і пізнє прокидання (BP 1,97, 95% ДІ від 1,32 до 2,93), також про проблеми із засинанням після нічних пробуджень (BP 1,36, 95% ДІ від 1,10 до 1,66) [1].

Також варто зазначити *ключові особливості медіа*, через які вони впливають на життя молоді та суспільства як цілісної системи:

1) Медіа переходять до онлайн-формату, аудиторія використовує мобільні пристрої для доступу до інформації, що створює нові можливості та виклики для індустрії [2].

2) Соціальні мережі стали основним джерелом новин та інформації для багатьох користувачів, а також платформою для взаємодії і комунікації з аудиторією.

3) Завдяки алгоритмам та штучному інтелекту, медіа можуть створювати індивідуальні рекомендації та адаптувати контент до інтересів та потреб кожного користувача.

4) Медіа відіграють ключову роль у формуванні громадської думки, маніпуляції громадянськими поглядами та політичними рішеннями, а також розповсюдженні фейкових новин[2].

5) Розвиток відео- та стрімінг-платформ. Стрімінгові сервіси, такі як Netflix, Disney+, YouTube та інші, стають основними джерелами розважального та інформаційного контенту.

Висновки: зважаючи на вищесказану інформацію, дослідникам соціальних мереж та соціологам загалом потрібно об'єднувати зусилля для поглибленої роботи з цільовою аудиторією. Ці знання та практики можуть використовувати у багатьох сферах суспільного життя для формування успішного образу бренду, особистості, компанії, політичної структури. Використовуючи знання з медіа-комунікацій та впливу на цільові аудиторії, дослідники можуть створювати певний образ в уяві споживача та деякою мірою впливати на формування цінностей та поведінку особистості, і молоді зокрема. У підтвердження до сказаних слів, можу згадати роботу відомої британської компанії «CambridgeAnalytica», яка використовувала технології глибинного аналізу даних (зокрема, соцмережі Facebook) для переконання суспільства в політичних кампаніях США.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Social media use and adolescent sleep patterns: cross-sectional findings from the UK millennium cohort study [Електронний ресурс] // National Liberty of Medicine. – 2019. – Режим доступу до ресурсу: <https://www.ncbi.nlm.nih.gov/pmc/articles/PMC6830469/>.
2. Віноградська–Белова 2009 – Віноградська О.М., Белова Л.О. Тексти лекцій з курсу «Соціальні технології» (для студентів 3 курсу денної форми навчання напряму 0502 (6.030601) – «Менеджмент» спеціальності 6.050200 – «Менеджмент організацій»). Харків: ХНАМГ, 2009. 135 с.
3. Шабанова Я. Як змінився український медіаландшафт після 24 лютого. URL: <https://speka.media/yak-zminivsyia-ukrayinskii-medialandsaft-pislya-24-go-lyutogo-2022-vzxd4p>
4. Ніна Зражевська 2021. Теорія медій та суспільства – Київ: Київський університет імені Бориса Грінченка, 2021. – (УДК 316.3:659(07)). – (3-89). – С. 66–67.
5. HistoryoftheCambridgeAnalyticaControversy URL: <https://bipartisanpolicy.org/blog/cambridge-analytica-controversy/>.

Molotsiian Valeriia

first-year master's degree student of the Faculty of Management
of Personnel Management, Sociology and Psychology
*Kyiv National Economic
University named after V. Hetman, Ukraine*

ACTION NARRATIVES AS A TOOL FOR ANALYZING THE LIVELIHOOD OF THE SOCIETY

In a world where video and media have become real arsenals of influence, paradigms are being transformed in almost all spheres of society. In the network of modern interconnections, where the real and virtual worlds are intertwined, narratives serve not only as descriptive story structures. They become key cognitive constructs that shape our perception of reality. In this context, it is advisable to understand their significance as mental constructions that determine our thinking and interaction with the world around us. According to the American literary critic F. Jameson, narrative is a special epistemological form that organizes specific forms of our empirical perception [Jameson, 2008]. In other words, everything perceived can be mastered by human consciousness only through narrative fiction, fiction. We mean that social reality becomes accessible to a person only in the form of stories or tales about it. All of this allows us to translate

life events (history as a process) into a coherent personal narrative (history as a text) that reflects the result of comprehension, integration, and ordering of personal experience and to form a personal identity that combines personal, social, cultural and national identity.

Action narratives are an effective tool for understanding and explaining the interaction between people, their values, beliefs, and actions. This approach makes it possible not only to identify the dominant narratives in society but also to reveal their influence on the formation of ideologies, political orientations, and socio-cultural norms. The analysis of action narratives requires the study of various sources of information, including mass media, literature, political debates, and social networks. It aims to identify and reveal key themes, images, and plots that dominate public discourse. In the article «The Influence of the 'Tomos Narrative' as Part of the Ukrainian National and Strategic Narrative» Artem and Olena Zakharchenko write that the narrative on social media is usually created either as a structure of «breaking news», which is open and extensive, even in the case of private conversations or as a so-called «live story»[Zakharchenko, 2021: c. 2]. In this context, social media serve as a platform for expressing ordinary people's personal experiences and opinions and become a kind of «fireplace» around which conversations and individual interpretations of events are grouped. This allows the narrative to become emotionally rich and able to engage the audience on an emotional level. The influence of narrative on social media can have significant national and strategic consequences. It shapes public opinion, helps consolidate or divide society, and influences the level of support for the government and international relations. Thus, social media serve not only as a platform for information exchange but also as an active and influential factor in shaping the dominant social narratives in Ukraine at the national and strategic levels.

A narrative is an internal structure that helps us understand how our thinking is organized. Having originated in literary studies to analyze the story structure, narratives provide a network of causality, showing what it follows from. This network forms the rationale for the reasons for waging war, aimed at justifying it in the eyes of its own population and the global community. In this context, narrative acts as a structure that organizes and interprets events, giving them meaning and context. Through narrative, citizens gain a framework for understanding the world around them, determining what is essential and what is less important. Thus, it not only reflects social processes but also actively influences them, defining and changing our perceptions and beliefs. This influence is significant at the domestic level, where, by creating a common identity and values, the narrative contributes to the formation of a united front in addressing internal and external challenges. It unites citizens around common goals and reflects their collective voice in public dialog. However, the influence of a narrative goes far beyond national borders and can be crucial at the international level. A country's ability to influence its international perception of it

as a separate state with its own past and future allows it to create favorable conditions for developing foreign relations, attracting foreign investment, and supporting allies and partners in various global initiatives. However, it should be understood that narratives can be effective tools in information wars. In this context, it is worth mentioning the scientific work of A. Maan, who was one of the first to deal with purely narrative warfare and introduced the concept of «weaponized narrative» defining it and the dangers associated with it as follows: «Weaponized narrative poses a profound threat to national and international security and cooperation, a threat that our advanced kinetic capabilities, as well as those of our partner nations, cannot address alone. When narratives become weaponized, they can undermine national security by eroding citizens' faith in democratic institutions and the rule of law and generating civil disobedience. Weaponized narratives on social media are a favorite method of recruitment for extremists. To stop the rise of extremism, removing extremists is a temporary solution. The comprehensive long-term solution is to make extremist narratives obsolete. This form of warfare is all about influence. But it is not an information war: it is a war for the meaning of information. Information consists of facts - a raw set of facts. Narratives do not tell facts. Narratives reveal the meaning of facts. This is a narrative war, and the enemy is hitting our muscles with their brains» [Maan, 2018].

Shaping the image of Ukraine and spreading certain narratives abroad is a tool for the state to influence the perception of its role and policy in the international arena. For our country, this has become a matter of survival and preservation of its independence, helping to fight the enemy openly on the battlefield and in the field of information confrontation. The events after February 24, 2022, confirmed that the war is taking place not only on the front line but also in the information dimension, where each side is fighting for superiority in the «narrative war». Russia's goals in this war have been defined as «demilitarization» and «denazification» which have not been convincing enough to mobilize the population for a military conflict. The Russian authorities are constantly changing their goals, and the fact that they were not effectively implemented in the context of Ukraine led to failures not only on the battlefield but also to a large number of massive flees abroad due to the unwillingness to go to war. G. Pocheptsov aptly describes this phenomenon of narrative warfare in his article «Don't Read Other's Narratives»: «Narrative warfare is becoming mainstream in the information age when video and media have replaced missiles and shells. Now, the victory comes to the one who aims at the soul, not the body. We often live simultaneously in the real and virtual worlds. There may be some winners and losers in the real world, and in the virtual world, there are others» [Pocheptsov, 2022]. We should not underestimate the enemy's propaganda machine, which is trying to penetrate the souls and minds of Ukrainians with its narratives. This is an important goal for them in the war, which they do not directly talk about but invest a lot of resources in.

In the face of the emergent challenges of our time, which are accompanied by the open military aggression of the Russian Federation aimed at the physical destruction of Ukraine as a state and Ukrainians as a social community, strengthening and disseminating our own narrative becomes a key task to resist the influence of enemy propaganda. Recognizing the importance of information warfare and actively supporting truthful narratives are becoming not only a defense mechanism but also a strategic means of preserving national identity and spiritual resilience. Thus, in a world saturated with information, narratives are becoming the primary military weapons, and it is essential to understand their powerful impact on the perception of social reality.

LIST OF REFERENCES

1. Jameson F. Postmodernism, or The Cultural Logic of Late Capitalism [Электронный ресурс] / Jameson. – 1984. – Режим доступа до ресурсу: <https://web.education.wisc.edu/halverson/wp-content/uploads/sites/33/2012/12/jameson.pdf>
2. Маан А. Narrative warfare [Электронный ресурс] / Маан. – 2018. – Режим доступа до ресурсу: https://www.realcleardefense.com/articles/2018/02/27/narrative_warfare_113118.html.
3. Pocheptsov G. Don't Read Other's Narratives [Электронный ресурс] / Pocheptsov. – 2022. – Режим доступа до ресурсу: <https://www.ukrinform.ua/rubric-society/3596443-ne-citajte-cuzih-narativiv.html>.
4. Zakharchenko A. The Influence of the 'Tomos Narrative' as a Part of the Ukrainian National and Strategic Narrative [Электронный ресурс] / A. Zakharchenko, O. Zakharchenko. – 2021. – Режим доступа до ресурсу: <https://cjssp.uni-corvinus.hu/index.php/cjssp/article/view/442>.

ОСОБЛИВОСТІ ВИСВІТЛЕННЯ ОБРАЗУ ВЕТЕРАНІВ І ВЕТЕРАНОК В УКРАЇНСЬКОМУ МЕДІАПРОСТОРИ

Фактор впливу медіа на формування образу, тобто сукупності уявлень, упереджень та стереотипів суспільства про певний об'єкт, є беззаперечним і дуже вагомим. Один з головних чинників формування образу ветеранів - це саме медіа [Микитчин, 2023: ст. 31]. Відповідно, для дослідження проблем ветеранів та глибшого розуміння того, як ця соціальна категорія сприймається суспільством і якою є її роль в розбудові громадянського суспільства України, необхідно проаналізувати в якому контексті вона висвітлюється в різноманітних соціальних мережах та ЗМІ. Формування коректного образу ветеранів/ок є необхідним для розробки ефективної політики реінтеграції суспільства. За даними дослідження [соціологічна група «Рейтинг», 2023.] 65 відсотків населення України мають близьких або рідних, які воювали чи воюють станом на 2023 рік. Після припинення бойових дій та закінчення війни на території України ветерани будуть складати вагому частку суспільства, задля реалізації потенціалу якої потрібен аналіз усіх джерел, які висвітлюють цю тему.

Хоча більше половини населення України має в близькому оточенні людей, які воювали чи воюють зараз, лише 37% опитаних вважають себе певною мірою поінформованими про потреби ветеранів. Відповідаючи на дотичне питання: “З яких джерел Ви найчастіше дізнаєтесь інформацію про ветеранів та їхні проблеми?” поширеною була саме відповідь “Телебачення” (37%), а також: “Соціальні мережі”, “Канали в месенджерах Telegram або Viber” та “Інтернет-ЗМІ” [Рейтинг, 2023]. Такі результати є показником недостатнього висвітлення проблем, складнощів і особливостей досвіду ветеранів у медіа. Також результат опитування дає розуміння того, на яких джерелах варто сфокусувати увагу при складанні державної інформаційної політики. Якщо говорити про вікові відмінності при виборі джерел, то, очікувано, люди старшого віку переважно обирають саме телебачення, натомість респонденти 18-25 років - соціальні мережі [Марценюк, 2019: ст. 20]. Характерно, що за даними вже згаданого опитування соціологічної групи “Рейтинг” більшою проінформованістю ризниється саме молодь.

Забезпеченням державної політики у справах ветеранів займається “Міністерство у справах ветеранів”. Проаналізувавши відкриту інформацію, зокрема “Стратегічний план

діяльності” на 2022-24 роки можна відслідкувати такі напрямки роботи як: “Відновлення та повноцінне життя”; “Реінтеграція в суспільство”; “Пам’ять та повага”, але в жодному з перерахованих пунктів немає навіть короткої замітки про інформаційну кампанію та комунікації з громадськістю [офіційний онлайн ресурс Мінвет.]. Проте, не можна не відзначити діяльність “Українського ветеранського фонду”, який був створений за наказом Мінветеранів. Фонд був заснований 2021 і з моменту створення мав чітку стратегію, візію та місію: “Фонд діє як центральний вузол, що збирає та надає ветеранам інформацію про всі доступні можливості для їх реінтеграції в суспільство.” [місія УВФ]. Серед структур фонду існує відділ “Комунікації та PR” і “Аналітичний центр”, серед відкритих джерел є дослідження про образ ветерана а також конкретні рекомендації журналістам про те, як писати про ветеранів/ок. З перерахованого можна зробити висновок, що хоч державна політика і не є досконалою, але ситуація покращується і станом на зараз діяльність держави дійсно сприяє реінтеграції, зокрема в галузі комунікацій.

Разом з тим слід відзначити позитивну тенденцію активності ветеранських ініціатив у соціальних мережах. Такі організації як: “VeteranHub”, “Veteranka”, “Pryncyp” є зразковими у питанні грамотного інформування та висвітлення теми ветеранів у медіапросторі. Ці організації дають приклад якісної та глибокої просвітницької кампанії і запозичення їх підходу було б доречним для формування загальноукраїнської ветеранської політики. Якісними у цьому контексті ми вважаємо такі елементи діяльності ГО: чіткі цілі, що відповідають інтересам ветеранів/ок; співпраця з ветеран(к)ами у принципових питаннях організацій; прозорість бюджету та діяльності; фахове висвітлення теми у соцмережах; професіональний підхід [веб-сторінки ГО Veteranka, VeteranHub, Pryncyp]. Громадські організації та незалежні медіа також помітно відповідальніше ставляться до теми, впроваджуючи ветеранські рубрики, запрошуючи експертів тощо.

Підсумовуючи зазначимо, що, безумовно, існує позитивна тенденція у поінформованості суспільства проблемами та особливостями ветеранів/ок, але першочергово цьому сприяють громадські ініціативи. Війна вимагає швидких і правильних рішень, тож держава і суспільство має адаптуватися. Задля уникнення непорозумінь і для сприяння реінтеграції ветеранів/ок необхідно рівною мірою транслювати на всіх інформаційних каналах достовірну інформацію. Станом на зараз існує певний дисбаланс між висвітлення ветеранів і ветеранок на телебаченні та в альтернативних джерелах масової інформації, але все ж тотальна критика медіа в цьому питанні є безпідставною.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. VeteranHub [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: <https://veteranhub.com.ua/projects>.
2. Жіночий ветеранський рух. Мета та цілі ЖВР [Електронний ресурс] / Жіночий ветеранський рух – Режим доступу до ресурсу: https://www.uwvm.org.ua/?page_id=2946.
3. Марценюк Т. Залучення ветеранів до громадського і політичного життя: шлях від військових перемог до особистих [Електронний ресурс] / Т. Марценюк, А. Квіт // ГО «Студена» в рамках проекту «Без броні». – 2019. – Режим доступу до ресурсу: <https://ekmair.ukma.edu.ua/server/api/core/bitstreams/2335a7fe-8223-48b7-b338-5491fde57a72/content>.
4. Микитчин О. В. Протидія стигматизації ветеранів війни у суспільстві як інструмент реінтеграції [Електронний ресурс] / Ольга Володимирівна Микитчин. – 2023. – Режим доступу до ресурсу: https://er.ucu.edu.ua/bitstream/handle/1/3939/Mykytchyn_bak.pdf?sequence=1&isAllowed=y.
5. Міністерство у справах ветеранів. Стратегічний план діяльності внутрішнього аудиту [Електронний ресурс] / Міністерство у справах ветеранів. – 2022. – Режим доступу до ресурсу: https://mva.gov.ua/storage/app/sites/1/uploaded-files/_%D0%BF%D0%BB%D0%B0%D0%BD_%D0%BD%D0%B0_2022-2024_%D0%B7%D1%96_%D0%B7%D0%BC%D1%96%D0%BD%D0%B0%D0%BC%D0%B8%20%D0%B2%D1%96%D0%B4%2022.12.2022.pdf.
6. Правозахисний центр для військовослужбовців \"Принцип\" [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: <https://navigator.pryncyp.com/about>.
7. Соціологічна група \"Рейтинг\". Загальнонаціональне опитування #24 Образ ветеранів в українському суспільстві [Електронний ресурс] / Соціологічна група \"Рейтинг\". – 2023. – Режим доступу до ресурсу: https://ratinggroup.ua/files/ratinggroup/reg_files/rg_ua_veterans_1000_ua_092023.pdf.
8. Український ветеранський фонд. Місія [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: <https://veteranfund.com.ua/about/strategia/>.

ВПЛИВ ІНФОРМАЦІЙНОГО КОНТЕНТУ НА СОЦІАЛЬНУ ПОВЕДІНКУ

У наш час, ми споживаємо інформаційний контент з різних джерел, соціальні мережі, інтернет, телебачення, радіо, вони стали необхідною частиною нашого повсякденного існування. Ми використовуємо їх для спілкування, розваг і отримання інформації. Проте, чи маємо ми повний усвідомлений розуміння того, як соціальні мережі впливають на наше життя і мислення? Це питання потребує докладного аналізу та вивчення. Варто дослідити вплив соціальних мереж на наше життя і мислення, розглянути позитивні та негативні наслідки їх використання. Що таке інформаційний контент? Як зазначає "Велика українська енциклопедія" Контент в інформаційних технологіях – інформаційне наповнення. джерело

Контент – це термін яким заведено називати наповнення (склад) певного інформаційного ресурсу. Зазвичай дане слово використовується у сфері інтернет-ресурсів і під його характеристику підпадають: текстові та відео матеріали, аудіо записи чи зображення. джерело

Інформаційний контент розповідає про щось або дає відповіді на питання користувача. До цього типу відносяться опису товарів, новинні статті, біографії, особисті блоги, поради. Таку інформацію можна подати як у вигляді тексту, так і відео або картинок (наприклад інфографіка). Правильно створений інформаційний контент легко сприймається і запам'ятовується, ним хочеться поділитися з друзями.

Інформаційний контент в сучасному світі відіграє провідну роль у формуванні нашого бачення світу, сприйняття та взаємодії з навколишнім світом. Контент у медіа, став не тільки джерелом знань, але й потужним інструментом впливу на наше мислення, погляди і соціальну поведінку. Від наукових відкриттів до культурної спадщини, інформаційний контент служить основою для нашого інтелектуального прогресу. Він допомагає в намаганні зрозуміти світ навколо нас, вносити новаторські зміни і формує краще розуміння сучасних проблем.

По-друге, значення інформаційного контенту проявляється в його ролі в комунікації. Засоби масової інформації та соціальні мережі стають платформами, де спільноти

обмінюються ідеями, думками та переживаннями. Це сприяє взаєморозумінню, формуванню громадської думки та розвитку соціокультурного простору.

З доступністю знань через Інтернет, навчальні ресурси та онлайн-курси стають доступними для всіх. Люди можуть вдосконалювати свої навички, розширювати знання та розвивати критичне мислення завдяки інформаційному контенту. Однак, разом з усіма перевагами, важливо розуміти і регулювати якість інформаційного контенту. Негативний вплив дезінформації та неперевіреної інформації може призвести до спотворення реальності та втрати довіри. Отже, інформаційний контент визначає не лише наше розуміння світу, але й впливає на соціальні та культурні трансформації. Важливо надавати перевагу дійсній, перевіреної інформації, щоб забезпечити позитивний вплив цього контенту на наше життя.

Одним із тих хто глибоко досліджував питання впливу інформаційного контенту на соціальну поведінку, був М. Маклюен. На його думку, масова комунікація як структурно оформилася сфера життя сучасного суспільства з одного боку - є його частиною, а з іншого - має над ним певну владу. Ще в 1964 році він сформулював тезу, що скоро за допомогою мас-медіа можна буде тримати під контролем емоційний клімат цілих культур точно так же, як зараз підтримується рівновага світової ринкової економіки.

Говорячи про вплив мас-медіа на суспільство, М. Маклюен образно зазначив вихід у велике життя «покоління, з телевізором своєї матері всмоктала усі часи і простори світу через рекламу». У своїй роботі «Розуміючи медіа» він велику увагу приділив розвитку рекламного бізнесу та впливу реклами на суспільну свідомість. М. Маклюен ще тоді показав, що реклама фактично проповідує думку про те, що «демократичні свободи в дуже великій мірі виражаються в тому, що люди стурбовані не політикою, а лупою в голові, волоссям на ногах, млявою роботою кишечника, мало привабливою формою грудей, хворими яснами, зайвою вагою і застійними явищами кровообігу». У своїх останніх роботах М. Маклюен показав, що в умовах нового інформаційного середовища і впливу електронних мереж бізнес і культура виявляються поняттями рівнозначними і взаємозамінними. При цьому, передбачаючи ситуацію з розвитком Інтернету в 90-х роках ХХ ст., він відзначав, що якщо існують телекомунікації з їх глобальним охопленням, то повинно ж бути так, щоб відповідні групи і організації їх використовували. джерело

Загалом, вивчення впливу інформаційного контенту на соціальну поведінку відіграє важливу роль у формуванні свідомого та відповідального суспільства. Це допомагає адаптуватися до змін в медіа-ландшафті та забезпечує здатність суспільства аналізувати, розуміти та ефективно спілкуватися в інформаційній епоху.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. "Велика українська енциклопедія": веб-сайт. URL: Контент - ВУЕ (vue.gov.ua).
2. Контент – що це таке і який він буває: КОНТЕНТ - це що таке, слово, визначення, види, суть, характеристики (termin.in.ua).
3. Контент: що це, види реклами та маркетингу: Що таке контент та яких він буває видів? | Рекомендації на 2024 (xn--90aamhd6acpq0s.xn--j1amh).
4. Вплив мас-медіа на суспільство і людину в концепції М. Маклюєна: Вплив мас-медіа на суспільство і людину в концепції М. Маклюєна - Соціальна інформатика (elbib.in.ua).

Пшенична Валерія

здобувачка 4 року навчання економіко-гуманітарного факультету
Донецький національний технічний університет, Україна

ТЕХНОЛОГІЧНИЙ АСПЕКТ ДЕВІАНТНОЇ ПОВЕДІНКИ

Зі стрімким розвитком технологій в сучасному світі, що безперервно входять в усі сфери життя, наше суспільство зіштовхується з новими викликами і можливостями. Один із важливих аспектів цього технологічного революційного процесу - це те, як він впливає на поведінку людини. Із збільшенням використання технологій у нашому повсякденному житті виникає необхідність розуміти, як це позначається на формуванні та поширенні девіантних форм поведінки в суспільстві.

Технологічний аспект девіантної поведінки стає актуальним об'єктом досліджень через зростання кількості людей, взаємодіючих із цифровим середовищем: від соціальних мереж та онлайн-спільнот до широкого використання електронних пристроїв. Метою нашого дослідження є охарактеризувати, як технології впливають на традиційні форми девіації в електронному середовищі, як вони сприяють формуванню нових видів девіантної поведінки та виокремити запобіжні заходи для протидії їй розповсюдженню. Розкриття цієї теми може відкрити нові горизонти для розуміння сучасних соціальних динамік та вирішення викликів, які виникають внаслідок цієї взаємодії між технологіями та людською поведінкою.

На думку деяких авторів, девіантна поведінка, як антисоціальне явище, спрямована проти суспільства, його цінностей, інтересів і тому є соціально загрозливою, адже, такий тип поведінки у даному суспільстві вступає в протиріччя з соціальними, правовими і

моральними нормами. Інші додержуються думки, що поведінка, яка відхиляється від традиційної моделі, є припустимою у суспільстві. Загалом в основі девіантної поведінки лежить конфлікт цінностей та інтересів, розрізненість потреб, деформація способів їхнього задоволення, прогалини у вихованні, життєві нещастя тощо [2, с. 47].

Технологічні винайдення відіграють ключову роль у формуванні та зміні соціальних стандартів, сприяючи значущим трансформаціям у різних аспектах життя, включаючи комунікацію, роботу, освіту та розваги, окрім того, вони можуть створювати нові очікування, правила поведінки та стосунків між людьми.

Серед ключових технологічних інновацій, які суттєво впливають на соціальні норми, можна виокремити наступні: Інтернет, соціальні мережі, мобільні технології, Інтернет речей, штучний інтелект, технології віртуальної та змішаної реальності, блокчейн, електронна комунікація та трансграничне спілкування. Становлячись невід'ємною часткою суспільного життя та викликаючи відповідні зміни у ньому, вони зобов'язують адаптуватися до нових реалій технологічної ери.

Технологічні винайдення відіграють вагому роль у перетворенні соціально-культурних стандартів, викликаючи позитивні зміни в суспільстві. По-перше, вони розширюють доступ до інформації та освіти, забезпечуючи широкий спектр можливостей для самовдосконалення та саморозвитку. Це сприяє розбудові освіченої та інформованої громади. По-друге, соціальні мережі сприяють глобальному спілкуванню, дозволяючи людям з усього світу будувати зв'язки, обмінюватися ідеями та досвідом, сумісно вирішувати певні задачі. Це сприяє розумінню та прийняттю різноманітності, формуючи відкрите та інклюзивне суспільство. Крім того, технологічний прогрес сприяє інноваціям у сферах комунікації та міжособистісних відносин. Загалом, позитивний вплив технологічних винайдень полягає в створенні сприятливого середовища для розвитку, співпраці та розуміння, що сприяє поступовому формуванню більш сучасних та прогресивних соціальних норм.

Щодо негативного впливу, він може виникати з кількох причин. По-перше, зростання використання соціальних мереж та інших електронних платформ може призвести до зменшення особистого спілкування та погіршення якості міжособистісних стосунків. По-друге, технології можуть підштовхувати до змін у способі сприйняття власного образу та самооцінки через фільтри соціальних мереж, що може призвести до поширення стереотипів та ідеалізованих стандартів краси. Крім того, цифрова трансформація може викликати економічні нерівності та зміни на ринку праці, що впливає на соціальні стандарти щодо зайнятості та економічного благополуччя. Також, підвищення рівня застосування технологій може породжувати питання щодо приватності та безпеки даних,

що впливає на довіру між людьми та їхнім ставленням до нововведень. Отже, негативний вплив технологічних винайдень на соціальні норми може виявлятися у втраті особистого контакту, формуванні штучних ідеалів, економічних нерівностях та питаннях безпеки особистих даних.

Виходячи з вищесказаного, можна побачити, що розвиток технологій може бути як позитивним, так і негативним явищем в залежності від до того, наскільки сформована у людини культура мислення і наскільки раціонально вона користується тими чи іншими технологічними продуктами. Так, наприклад, люди, яким притаманна ненормативна поведінка, можуть поширити її на цифровий простір у вигляді здійснення кіберзлочинної діяльності, тобто «сукупності злочинів, що вчиняються у віртуальному просторі за допомогою комп'ютерних систем або шляхом використання комп'ютерних мереж та інших засобів доступу до віртуального простору в межах комп'ютерних мереж, а також проти комп'ютерних систем, комп'ютерних мереж і комп'ютерних даних» [1, с. 332].

У травні-червні 2018 р. лабораторією психології масової комунікації та медіаосвіти Інституту соціальної та політичної психології НАПН України було проведено дослідження медіаграмотності та інформаційної безпеки підлітків. За його результатами було виявлено, що 14% старшокласників так чи інакше зіштовхувались зі знуцаннями в Інтернеті. Також, згідно статистики, кіберпростір спонукає до насильства 6,1% школярів (понад 66 000) [3].

Тому з метою запобігання деструктивного впливу технологічних винайдень на зміну соціальних норм потрібно уважно розглянути та прийняти відповідні заходи для отримання плodотворних наслідків. Основні стратегії включають в себе: 1) створення та впровадження ефективних правових рамок, що регулюють використання технологій та захищають особисті права та приватність; 2) введення навчання про використання технологій та критичного мислення в освітні програми, щоб готувати людей до адекватного реагування на зміни та виклики; 3) підтримку досліджень та аналізу впливу технологій на соціальні норми для розуміння потенційних ризиків та можливостей; 4) співпрацю між урядом, громадськістю, індустрією та активістськими групами для розробки спільних стратегій та регуляцій; 5) розвиток етичних стандартів та принципів використання технологій, спрямованих на збереження гідності та захист прав людини; 6) активну фільтрацію та модерацию контенту в інтернеті для запобігання поширенню недостовірної чи шкідливої інформації. Ці стратегії спрямовані на забезпечення позитивного та безпечного використання технологій, збереження соціальної гармонії та врахування потреб різних груп суспільства.

Таким чином, дослідження взаємозв'язку між технологіями та девіантною поведінкою вказує на те, що розвиток сучасних технологій впливає на різноманітні аспекти

соціальної дійсності та людської поведінки. Технології виявляються не лише як засіб для полегшення повсякденного життя та розваг, але й як фактор, що може сприяти виникненню нових форм девіантної поведінки. Основною задачею суспільства та законодавців є забезпечення балансу між розвитком технологій та збереженням соціальної стабільності. Висвітлення та розуміння ризиків, пов'язаних з технологічною девіантною поведінкою, вказує на необхідність розвитку ефективних стратегій протидії та контролю.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ ТА ЛІТЕРАТУРИ

1. Голіна В. В. Кримінологія: Загальна та Особлива частини / В. В. Голіна, Б. М. Головкін. - Харків: Право, 2014. - 513 с.
2. Мінц М. О. Соціологія девіантної поведінки: навч. посіб. / М. О. Мінц. - Миколаїв: ЧДУ ім. Петра Могили, 2009. - 244 с.
3. Національна стратегія захисту дітей в цифровому середовищі на 2021-2026 роки. [Електронний ресурс] - Режим доступу до ресурсу: <https://thedigital.gov.ua/regulations/natsionalna-strategiya-zakhistu-ditey-v-tsfrovomu-seredovishchi-na-2021-2026-roki>

Ревнюк Людмила

здобувачка 4 року навчання факультету управління персоналом,
соціології та психології
*Київський національний економічний
університет імені В. Гетьмана, Україна*

PR-ТЕХНОЛОГІЇ ЯК ЕЛЕМЕНТ КОМУНІКАТИВНОГО ПРОСТОРУ

На даний час, бізнес масово переходить в онлайн-комунікативний режим через створення інформаційних ресурсів, каналів комунікації, націлених на пошук споживачів, своїх цільових аудиторій для можливості реалізації товарів та послуг. Онлайн-присутність стосується не лише створення веб-сайтів та каналів комунікацій, але і використання різних інструментів для залучення та утримання клієнтів. Зокрема, використання соціальних мереж для взаємодії з аудиторією та вироблення бренду, або відеомаркетингу, як ефективного способу передачі інформації та створення емоційного зв'язку з клієнтами.

Яскравим прикладом онлайн-комунікативного режиму є застосування концепції Big Data для прогнозування певних тенденцій, що передбачає обробку й аналіз великих обсягів структурованих і неструктурованих даних із метою отримання цінної інформації для її

використання в ухваленні управлінських рішень. Не менш важливим є якісний контент-маркетинг, що складається з виготовлення цікавого та корисного контенту, на основі цілей компанії та продуктів, які ця компанія пропонує.

Окрім того, зараз активно застосовуються сучасні бізнес-комунікаційні технології впливу на цільову аудиторію через мережу Інтернет із використанням відомих маркетингових комунікаційних систем Інтернет-технологій, таких як CRM-системи, SEO-системи пошукової оптимізації, таргетинг, продакт-плейсмент, лідогенерація, SMM (соціомедіа-маркетинг, переважно через мережі Facebook, Instagram), SEM – пошуковий маркетинг, контентмаркетинг, провокаційний маркетинг, вірусний маркетинг та ін. Підприємства активно починають застосовувати чат-боти, месенджери та інші системи для швидких замовлень їхньої продукції, «підв'язувати» їх до своїх соціальних сторінок у Facebook, Instagram та сайтів [Зеліч, 2022].

Використання елементів комплексу маркетингових комунікацій, розроблення стратегій та програм таких комунікацій дає змогу підприємствам підвищувати рівень ефективності управління комунікаційною політикою та загальний рівень успішності. PR-технології мають комплексний характер, тобто вимагають для свого рішення залучення результатів безлічі наукових дисциплін. В умовах інформаційної глобалізації PR отримує у розпорядження нові інформаційно-комунікативні технології, збільшується вплив комунікативних технологій на розвиток різних сфер людської діяльності [Рябов, Шевкопляс, 2020].

Основною метою PR є не лише передача інформації, але й формування сприятливого сприйняття організації. Це досягається через ретельно сплановані комунікаційні кампанії, які включають різноманітні засоби, такі як прес-релізи, медіа-зустрічі, соціальні мережі, івенти та спонсорство. PR-спеціалісти працюють над тим, щоби забезпечити послідовне та позитивне повідомлення, яке відповідає загальним цілям організації та її стратегії.

Важливим є розвиток саме сильного бренду, який відображатиме позитивні аспекти організації. Обов'язковою є активна співпраця із засобами масової інформації як України, так і світу, для публікації позитивних матеріалів та новин про організацію, а також проведення тематичних прес-конференцій та інших медіа-заходів для залучення уваги, що сприятимуть встановленню позитивного іміджу. Не менш важливим є ефективне використання сторінок у соціальних мережах для взаємодії із цільовою та потенційною аудиторією.

Перелічені аспекти вказують на широкий спектр можливостей та викликів, з якими стикається бізнес у сучасному онлайн-середовищі, а також вказують на важливість постійного покращення та адаптації до змін у цьому цифровому ландшафті.

Якщо говорити про складові PR-технологій у комунікативному просторі, то такими складовими є: створення іміджу, комунікаційні кампанії, кризова комунікація, цифрові медіа та етика і прозорість. Створення іміджу у PR-технологіях забезпечує підтримку іміджу організації через використання різних засобів та методів. Комунікаційні кампанії – це прес-релізи, заходи, які ретельно плануються і також ведення соціальних мереж відноситься до комунікацій, адже зараз це важлива складова сучасних технологій. Кризова комунікація важлива в управлінні “непередбачуваних” або “негативних” ситуаціях щоб знизити ризики шкоди репутації. Цифрові медіа - використання соціальних мереж, блогів та інших онлайн платформ для широкого охоплення аудиторії. Етика та прозорість у PR-технологіях важливою характеристикою яка базується на практиках чесності, відповідальності та відкритості.

Насамкінець важливим аспектом PR є кризова комунікація. У ситуаціях, що вимагають швидкого реагування, таких як негативні інциденти чи скандали, ефективне управління комунікаціями може значно знизити потенційну шкоду для репутації організації. Це включає аналіз ситуації, розробку чітких повідомлень та стратегій їх поширення, а також взаємодію з медіа та іншими зацікавленими сторонами.

Підводячи підсумки, зауважимо що PR-технології відіграють важливу роль у сучасному комунікативному просторі, де вони є основними інструментами для формування громадської думки та управління репутацією. Ефективні комунікаційні кампанії, які включають як традиційні, так і цифрові медіа, сприяють створенню позитивного іміджу організації та підтримці її доброго імені. Це особливо важливо у сучасному світі, де інформація розповсюджується швидко, а громадська думка може змінюватися миттєво. Зокрема, адаптація до нових технологій і трендів у комунікаціях для ефективного досягнення бажань цільової аудиторії, а також використання інноваційних підходів, таких як віртуальна реальність, чат-боти та інші для покращення взаємодії, допомагатимуть сприяти побудові позитивного іміджу, що також досягається завдяки взаємодії з основними впливовими особистостями: інфлюенсерами, стейкхолдерами й іншими учасниками комунікації для розширення аудиторії та зростання довіри.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Зеліч В.В. Використання Pr-технологій як інструменту маркетингових комунікацій у просуванні компанії. Серія: Економіка та підприємництво, 2022 р., № 1 (124). URL: <https://doi.org/10.32840/1814-1161/2022-1-13>

2. Рябов І.Б., Шевкопляс І.М. Особливості та сучасні тенденції застосування системи digital-маркетингу на підприємстві. Ефективна економіка. 2020. № 12. URL: http://www.economy.nayka.com.ua/pdf/12_2020/95.pdf

Сміюха Альона

здобувачка 4 року навчання
факультету управління персоналом, соціології та психології
*Київський національний економічний університет
ім. В. Гетьмана, Україна*

МЕДІАСПОЖИВАННЯ В ІНФОРМАЦІЙНОМУ СУСПІЛЬСТВІ: КЛЮЧОВІ АСПЕКТИ

Медіаспоживання – важлива сфера у сучасній життєдіяльності індивіда, під впливом якої можна втілювати дії як конструктивного так і деструктивного характеру, оскільки медіаспоживання грає роль базису для набуття інформаційного потенціалу індивідами інформаційного суспільства, через що чинить значний вплив на формування індивідом світогляду, власних суб'єктивних думок і упереджень. Маючи цей інформаційний потенціал, індивід уособлюється як утворювач і поглинач інформації, обмінюючись своїми знаннями і упередженнями з іншими або поглинаючи чужі.

Першим ключовим аспектом медіаспоживання в інформаційному суспільстві, який варто виділити – це розвиток соціального і культурного потенціалу індивіда. При нестачі такого розвитку збільшується «інформаційний голод» і зростає попит на більш широке медіаспоживання, у більш якісному форматі з новими знаннями. Але через це людина підпадає під ще більший вплив мас-медіа, які вміють це робити, враховуючи особливості і потреби будь-яких аудиторій (саме через це сучасний медіапростір значно насичений великою кількістю інформації і різними засобами її передачі). Одним із таких мас-медіа є соціальні мережі. Люди все більше переходять у соціальні мережі та месенджери через постійну наявність телефону в руках, бо ці джерела інформації мають найлегший доступ. Можна швидко і оперативно дізнатись про все, що відбувається у світі, ще й у короткому форматі, без, наприклад, - перегляду випуску новин по телебаченню, які організуються у певний час. І така легка доступність так само легко допускає багато розбіжностей думок, набиваючи таким чином медіапростір, у якому людина може стати дезорієнтованою – тобто потрапити під дію того самого деструктивного характеру дій.

Цю думку підтверджує дослідження, яке було проведено компанією КМІС у липні 2022 року (опитування проводилося серед респондентів віком від 18 років, які проживають

на території, контрольованій Україною на 23 лютого 2022 року, методом телефонного інтерв'ю з використанням комп'ютера (САТІ), вибірка: 1000 учасників, репрезентативна за віком, статтю, типом населеного пункту, регіоном проживання), за результатами якого значна кількість опитаних досить скептично оцінюють власне орієнтування в інформаційному полі. Так, 40% стверджують, що через велику кількість джерел їм важко визначити, де саме правда (при цьому 52% упевнені, що можуть визначити одне чи декілька правдивих джерел). Більш ніж половина (56%) покладають на державу відповідальність за боротьбу з фейками та дезінформацією (на самих громадян – 35%). Також значною мірою думки респондентів розділилися щодо обмеження доступу до певної інформації: 57% вважають, що ЗМІ мають чесно і повністю доносити до громадськості інформацію, а 40% переконані, що не всю інформацію потрібно робити публічною [Демократія, права і свободи громадян та медіаспоживання в умовах війни, 2022].

Другим ключовим аспектом ми виділяємо обмеженість інформаційної взаємодії індивіда з медіапростором. Процеси сприйняття і трактування почутого та побаченого із джерел масової комунікації різними комунікатами виявляється неоднаковими, через власні особливості розвитку, виховання і т.п. Варто зробити відсилку на тезу Френсіса Бекона, який описав причини, що ускладнюють, а то й унеможливають, адекватне розуміння отримуваної людиною інформації. Маємо на увазі його погляди на те, що віра у авторитети й заявлені догмати перешкоджають критичному сприйняттю інформації. Найбільш наочно це проявляється в політичних дебатах на телебаченні, у ставленні телеглядачів, виборців до тих чи інших діячів політичної арени [Бекон, 2019].

Третім ключовим аспектом виступає: швидкоплинність часу паралельно з медіаспоживанням. Повинен витримуватись баланс між конструктивним і деструктивним характерами дій на індивіда, котрі він сам ладен відслідковувати, за наявності медіаграмотності і самодисципліни. У нездорове медіаспоживання часто залучають потреби індивіда типу: «відволіканні на щось», «вбивстві часу», «розвагах», що призводить до залежності і бажанні бути зануреним у це все більше і більше, типу «дешевий дофамін», який важко корелюється зі здоровим медіаспоживанням в міру і отриманні дофаміну з корисних речей [Баришполець та ін., 2009].

Останнім, четвертим ключовим аспектом хочу виділити: медіаграмотність. Оскільки зачепилась тема здорового медіаспоживання, то варто зазначити, що його користь і якість залежить від надійності і достовірності джерел/ЗМІ, з яких індивід насичується інформацією і формує світогляд. Бути медіаграмотним означає бути спроможним знайти те, що нам важливо знати й визначити наскільки правдивою є дана інформація. Також це означає бути спроможним оптимально використовувати відповідну інформацію, зберігати

її в своїй пам'яті такою, якою вона була отримана і, звичайно, відігравати роль її творця, а не лише бути поглиначем.

Як висновок, варто зазначити, що медіаспоживання в інформаційному суспільстві має свої особливості і причинно-наслідкові зв'язки, які заключаються в зазначених мною ключових аспектах, які утворюються через особливості всіх індивідів з усіх соціальних груп, і володіючи якими, ЗМІ вправно впливає і насичує медіапростір інформацією, на яку є попит, і отримувачі інформації роблять це відповідно.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Демократія, права і свободи громадян та медіаспоживання в умовах війни. Соціологічне дослідження КМІС. Липень 2022. : веб-сайт. URL: <https://www.oporaua.org/viyna/sotsiologichne-doslidzhennia-demokratiia-prava-i-svobodi-gromadian-ta-mediaspozhyvannia-v-umovakh-viini-24261>
2. Бекон Ф. Новий Органон; або Істинні вказівки для тлумачення природи. http://megalib.com.ua/content/4750_Frensis_BEKON_NOVII_ORGANON.html
3. Баришполець О.Т., Найдьонова Л.А., Мироненко Г.В. та ін. Медіакультура особистості: соціально-психологічний підхід. Київ, 2009. 440 с.

Снігур Ельвіра

здобувачка 4 року навчання філологічного факультету
*Чернівецький національний університет
імені Юрія Федьковича, Україна*

ДЕФІНІЦІ ТА КЛАСИФІКАЦІЯ СОЦІАЛЬНОЇ РЕКЛАМИ ЯК СУСПІЛЬНОГО ЯВИЩА

Сучасне суспільство стикається з різноманітними викликами та завданнями, що вимагають комплексних та інноваційних підходів до їх вирішення. Одним із засобів впливу на громадську свідомість, формування суспільних цінностей та стимулювання позитивних змін у поведінці соціуму є соціальна реклама. Це складне та багатопланове явище, яке об'єднує в собі елементи маркетингу, комунікаційних стратегій та соціологічних аспектів. Дослідження теоретичних засад соціальної реклами є актуальним завданням, оскільки воно дозволяє глибше зрозуміти сутність та механізми функціонування цього суспільного явища.

Соціальна реклама виконує ряд ключових функцій у суспільстві:

- освітньо-виховна: формування моральних цінностей шляхом демонстрації конкретних моделей поведінки в різних ситуаціях;
- інформаційна: пояснення громадськості важливих соціальних проблем;
- агітаційна: заклик до змін у поведінці суспільства для вирішення конкретних соціальних проблем;
- комунікаційна: інформування про необхідність зміни соціальних норм, приписів та моделей поведінки;
- естетична: розкриття соціальних проблем через використання високодуховних засобів та методів з метою впливу на естетичний смак аудиторії [Zaitseva, 2020].

Соціальна реклама, визначена як засіб комунікації, спрямований на розв'язання актуальних проблем суспільства та формування його моральних цінностей, виявляється складним та розвиненим явищем. Визначення соціальної реклами є динамічним, змінювалось у ретроспективі історії під впливом воєн, криз, та глобальних трансформацій. Дослідження підходів до визначення соціальної реклами показує, що вона виступає не лише як інформаційний канал, а й як засіб впливу на громадську думку та формування соціальних норм.

Згідно із різновидами соціальних завдань виділяють три стратегії соціальної реклами.

- Закріплення конкретних норм і правил поведінки. Ця стратегія спрямована на установлення та утвердження конкретних стандартів та правил поведінки серед громадськості.
- Зміна поведінки суспільних груп. На даному етапі рекламна кампанія спрямована на вплив на зміну поведінки та установок в різних соціальних групах.
- Залучення та підтримка уваги громадськості до конкретних соціально значущих проектів і заходів. Ця стратегія спрямована на привертання та утримання уваги громадськості до певних соціально важливих проектів та заходів.

Соціальна реклама, хоча й не є розв'язанням всіх соціальних проблем, проте відіграє важливу роль в запуску механізму подолання цих викликів. Її вплив полягає в інформуванні суспільства, демонстрації проблем перед громадськістю та впливі на сприйняття цих проблем населенням. Соціальна реклама може активізувати діяльність державних органів у вирішенні актуальних питань, сприяти залученню інвестицій від представників бізнесу та інших зацікавлених сторін. Її роль полягає не лише в привертанні уваги до проблем, а й у

створенні підґрунтя для подальших позитивних змін у соціальному, економічному та політичному вимірах [Мунтян, 2020, с. 57].

У глибині стратегічного планування та творчих рішень соціальної реклами, виявляється важливість чіткої класифікації, яка охоплює не лише суб'єкти її створення, але й об'єкти впливу. Класифікація соціальної реклами за суб'єктом створення дозволяє визначити різноманітність учасників цього процесу – від державних структур і некомерційних організацій до корпорацій та індивідуальних активістів. Різноманітність суб'єктів створення підкреслює важливість співпраці та комунікації для досягнення позитивних результатів.

Підсумовуючи, можна підкреслити, що соціальна реклама є багатогранним явищем, яке поєднує маркетингові, комунікаційні та соціологічні аспекти. Вона виконує низку важливих функцій в суспільстві: інформування, формування цінностей, спонукання до дій. Розглянуто основні стратегії соціальної реклами відповідно до конкретних суспільних завдань. Показано роль соціальної реклами у привертанні уваги до проблем та ініціюванні позитивних змін у суспільстві. Запропоновано класифікацію за суб'єктами створення, що демонструють необхідність співпраці різних учасників у процесі розробки та реалізації соціальної реклами.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Зв'язки з громадськістю та соціальна реклама в практиці соціальної роботи. Освіта.UA. (2010.11.23.) URL: <https://osvita.ua/vnz/reports/sociology/12351> (дата звернення: 17.02.2024).
2. Клос Л., Джавадян О. М. Соціальна реклама як приклад сучасної практики соціальної роботи в Україні. *Social Work and Education*. 2021. Т. 8, № 2. С. 190–203. URL: <https://doi.org/10.25128/2520-6230.21.2.5> (дата звернення: 17.02.2024).
3. Мунтян І. В., Євтушок О. В., Гнатовська Д. О. Соціальна реклама в Україні: сучасні реалії та перспективи розвитку. *Food industry economics*. 2020. Т. 12, № 2. URL: <https://doi.org/10.15673/fie.v12i2.1740> (дата звернення: 18.02.2024).
4. Zaitseva I. A., Krikunov A. E., Tolochko A. V. The use of public service advertising for solving social problems. *REICE: Revista Electrónica de Investigación en Ciencias Económicas*. 2020. Vol. 8, no. 15. P. 177–195. URL: <https://doi.org/10.5377/reice.v8i15.9952> (дата звернення: 18.02.2024).

ПІДТРИМКА ВИМУШЕНИХ МІГРАНТІВ У СВІТЛІ МІЖНАРОДНОГО ДОСВІДУ

Протягом усієї історії людства існувала проблема вимушеного переселення людей внаслідок війн, переслідувань за різними ознаками, економічних та соціальних негараздів та інших факторів. У той чи інший спосіб держави намагалися вирішити цю проблему, обстоюючи, в першу чергу, власні економічні і політичні інтереси. У міжнародному праві вимушені мігранти визначаються як особи, які були змушені покинути свою країну через війну, конфлікт, порушення прав людини, стихійні лиха або інші надзвичайні обставини. Цей термін включає в себе як біженців, так і осіб, які потребують додаткового захисту. А міжнародне право містить широкий спектр стандартів та конвенцій, спрямованих на захист вимушених мігрантів. Найважливішим документом у цій сфері є Конвенція про статус біженців 1951 року [Конвенція, 1951], яка визначає права та обов'язки біженців.

З історичного досвіду можна помітити, що глобальне пересування населення суттєво впливає на розвиток не лише внутрішніх ринків праці країн, але й на глобальний економічний ландшафт, що відображаються в теоріях трудової міграції. Існує цілий ряд теорій міжнародних відносин, які незалежно розвивалися в часі та в деяких випадках самостійно вивчали феномен міграції на різних етапах розвитку світової економіки [Бакаєв,

Довідкова література часто використовує терміни для класифікації різних видів міграції. Найчастіше виокремлюють такі види міграції як зовнішня, її в свою чергу поділяють на міжконтинентальну та континентальну, і внутрішня. Іншими її особливостями може бути організований чи неорганізований характер, врахування того, чи є вона примусовою чи добровільною, та чи є зворотньою чи незворотньою. У більш широкому контексті також використовуються терміни, що охоплюють різні періоди часу, такі як маятникова, під якою розуміється переміщення терміном до одного місяця, сезонна зазвичай триває від місяця до року, довготермінова визначається терміном понад рік та постійна не передбачає повернення до свого початкового місця проживання [Mandic, 2021; Солодько; Gostin, 2015].

Дослідження соціально незахищених верств вимушених мігрантів виявило значні проблеми та потреби. Аналіз правових, соціальних, житлових та трудових аспектів сприяли кращому розумінню сучасного становища мігрантів у соціумі. Деякі групи мігрантів

стикаються із складнішими умовами життя та роботи, тому важливо розглядати їхні унікальні потреби та проблеми. Проблеми доступу до житла та трудової інтеграції виявилися критичними для багатьох мігрантів. Важливо розглядати ці аспекти в контексті розвитку програм та ініціатив, спрямованих на поліпшення життєвих умов та створення можливостей для стабільної зайнятості.

Згідно з укладеною ООН класифікацією міжнародної міграції, розрізняють п'ять основних категорій: 1) особи з інших країн, які прибувають для навчання, 2) мігранти, які прибувають з метою зайняття роботою, 3) особи, що мігрують для об'єднання або створення нових сімей, 4) мігранти, які прибувають для постійного поселення, 5) іноземці, які отримують можливість в'їзду у країну з мотивів гуманності (можуть визначатись як біженці, що шукають прихистку та інші) [Кузнєцова, 2014].

Одним з ключових аспектів є забезпечення безпеки та захисту вимушених мігрантів внаслідок військових конфліктів, природних катастроф, переслідувань тощо у країні їхнього постійного проживання. Міжнародне співробітництво у цій області означає спільні зусилля країн, організацій та громадських організацій для надання притулку, медичної допомоги, освіти та інших необхідних послуг.

Крім того, важливим аспектом є соціальна інтеграція вимушених мігрантів у нових країнах. Це може включати надання доступу до освіти, здоров'я, працевлаштування та місць проживання. Міжнародний досвід показує, що успішна інтеграція вимушених мігрантів сприяє не лише їх власному благополуччю, але й економічному розвитку та соціальній стабільності у приймаючих країнах.

Надання правової та правової захисту також важливої складової. Це означає створення законодавчої бази, що захищає права мігрантів, у тому числі їх право на захист від дискримінації, належне судочинство та доступ до юридичної допомоги.

У світлі міжнародного досвіду можна виділити важливість співпраці між урядами, міжнародними та неурядовими організаціями, громадськими організаціями та іншими стейкхолдерами для ефективного вирішення проблеми вимушеної міграції та підтримки мігрантів у потребах, які вони мають.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Бакаєв О.В., Римаренко Ю.І. Юридична енциклопедія в 6-ти томах. Київ: Видавництво «Українська енциклопедія» ім. М.П. Бажана, 2002. Т. 3. 850 с.
2. Конвенція про статус біженців: ухвалена 28 липня 1951 р. Конференцією повноважних представників з питань біженців і апатридів. URL: http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/995_011/page (дата звернення: 01.12.2023).
3. Кузнєцова З. В. Забезпечення реалізації основних прав вимушених переселенців. Ринкова економіка: сучасна теорія і практика управління, 2014. Т. 1. Вип. 1. С. 141–146.
4. Солодько А. Захист соціально-економічних прав ВПО: першочергові завдання для України / А. Солодько, Т. Доронюк. URL: http://www.cedos.org.ua/system/attachments/files/000/000/045/original/CSR_IDP.pdf?1400493355 (дата звернення: 01.12.2023).
5. Gostin L. O., Roberts A. E. Forced Migration. JAMA. 2015. Vol. 314, no. 20. P. 2125. URL: <https://doi.org/10.1001/jama.2015.14906> (date of access: 01.12.2023).
6. Mandić D. What is the force of forced migration? Diagnosis and critique of a conceptual relativization. Theory and Society. 2021. URL: <https://doi.org/10.1007/s11186-021-09446-0> (date of access: 03.12.2023).

ДИСКУСІЙНА ПЛАТФОРМА 4

Роботи номінантів конкурсу студентських есе, ініційованого дослідницькою компанією «Active Group» за підтримки Київського відділення Соціологічної Асоціації України
«СОЦІАЛЬНІ ІДЕЇ, ЩО ЗМІНЮЮТЬ СВІТ: STEP-UP STRATEGY»

Боймиструк Софія

здобувачка 2 року навчання
факультету управління персоналом, соціології та психології
*Київський національний економічний
університет ім. В. Гетьмана, Україна*

МАНІПУЛЯТИВНІ ТЕХНОЛОГІЇ В УКРАЇНСЬКИХ МЕДІА ПІД ВПЛИВОМ РОСІЙСЬКО-УКРАЇНСЬКОЇ ВІЙНИ

Нікому не секрет, що у сучасному світі інформаційний простір, ЗМІ визначають не лише те, як і які новини ми споживаємо, а й формують громадську думку як на мікро, так і макрорівні. Так, легке відхилення від правди в медіа може змусити величезну групу людей стати опором цілій державі. Особливо негативно такий факт існування ЗМІ впливає на країни, у яких триває війна. Іран, Афганістан, Ізраїль, Україна потерпають не від знайомих всім воєн ХХ століття, а від чогось абсолютно нового – інформаційної війни, де в пріоритеті уже стоїть не те, що відбувається на фронті, не втрати чи загарбники, не події, а те, що про ці події пишуть, те як їх інтерпретують у тому руслі, яке потрібно державі. Умовно, якщо ракета упаде у маленькому селищі і про це не напишуть у медіа, то чи справді це відбулось? Якщо ніхто не написав про це пост у соцмережах, то чи справді хтось потребує допомоги? Ми, як домашні тваринки, з'їдаємо те, що нам насипають у миски, навіть не уявляючи, що існує інша «їжа», більш якісна, більш правдива.

Російсько-українська війна стала іще однією можливістю росії, давноминулого Радянського Союзу, знайти свій вплив на формування української думки. Безліч прикладів російських фейків, що поширюються в мережі, в першу чергу слугують інструментом дестабілізації ситуації в Україні, в розділенні населення. Як писав П. Померанцев: «Загибель ідеї об'єктивної істини дає Росії змогу за допомогою пропаганди підірвати довіру до всіх джерел правди, сприяючи проникненню фейків у новини реальні». Основний наратив мови Кремля полягав у побудові двох полярно протилежних значень, якостей та характеристик здавалося б одного народу. Тобто будувалася схема поділу на «ти або на тій, або на іншій стороні, або зрадник, або патріот». Саме такий поділ хотів увести для розділення українців Кремль задля підігрівання своєї інформаційної війни.

Новорічне звернення Президента Зеленського 2024 року викликало деякий негатив зі сторони українців. Так, у його промові було використано фразу «Бо знаю, що одного дня доведеться поставити собі питання: хто я? Зробити вибір, ким я хочу бути. Жертвою чи переможцем? Біженцем чи громадянином?». Саме ця цитата викликала обурення згідно з даними, зібраними «ActiveGroup», організацією, що займається соціологічними та маркетинговими дослідженнями, та опублікованими у «Пульсі Тижня» - щотижневому інтернет виданні. Багато людей (43%) сприйняли зазначену фразу як протиставлення, маніпуляцію почуттями та відповіли, що така позиція Президента посприяє зменшенню підтримки України з боку тих, хто став біженцем. Головна редакторка hromadske.ua Христина Коціра сказала, що президент у своїй промові не має права допускати слова, які роз'єднують суспільство. Очевидно, саме такий хід подій в українських медіа підкидає дрова у багаття російського прагнення зробити поділ, що похитне силу опору українців. Цілком ймовірно, Зеленський та автори звернення цілеспрямовано використали категоричний вибір, однак вони не помітили, що піддалися російській провокації.

Ще одним яскравим прикладом такого поділу українців російськими пропагандистами є «мовне питання», що створило поділ на «западенців» та «східняків». Такий спосіб розділення країни аж ніяк не впливає позитивно на формування загальної сили у боротьбі в інформаційній війні, натомість вбиває розуміння єдиного народу та послаблює наші позиції.

Рівень медіаграмотності українців на мінімумі, згідно з даними, отриманими опитуванням USAID-Internews, 72% українців-респондентів вважають, що вміють відрізнити дезінформацію від правдивої. Однак відповідно до наступних питань анкети, лише 8% опитаних відрізнали це на практиці. Інтернет став новою платформою для масового поширення фейків, чим, власне, дуже інтенсивно користується рф. І в часи повномасштабного вторгнення, коли, здавалося б, рівень перевірки достовірності інформації мав би зрости, цей показник лише падає. Тому не дивно, що часто у метро можна побачити як хтось гортає стрічку російських блогерів чи новинних каналів у Telegram.

Однією з надважливих місій українців у 2023 році є необхідність усвідомлення впливу інформаційної війни та критичного мислення під час масового споживання інформації. Тільки за умови об'єднання та підтримки українського суспільства можна протистояти маніпуляціям і зберегти національну єдність.

У контексті російсько-української війни виникає реальна проблема та необхідність в дослідженні впливу маніпулятивних технологій в медіа. Однією з можливостей вивчення цього питання може виступати аналіз змісту медійних матеріалів з використанням попередньо визначених шаблонів, які відповідатимуть категорії маніпуляції, та за

допомогою яких українські ЗМІ ретельніше зможуть підбирати слова та сенси для своїх публікацій, аби не викликати будь-яких маніпулятивних висловлювань. Говорячи ж про російські махінації, то їх дослідження може включати в себе вивчення їхніх стратегій та побудову контрдії або ж протидії дезінформації. Якщо коротко, то українським журналістам варто створювати новинні матеріали, які спрощуватимуть наративи, обрані рф.

Так як ми уже зрозуміли, що рівень медіаграмотності українців на дуже низькому рівні, то варто було б увести у школах, можливо в університетах, предмет з вивчення цієї теми. В такому разі, навіть якщо підлітки не будуть вчити це, вони в будь-якому випадку почують базу знань та матимуть уявлення про те, як їхніми думками можуть ненав'язливо керувати.

Отже, українське суспільство опинилося в особливо складному інформаційному середовищі через війну в країні, і саме в цей час варто спостерігати за трендовими фейками, аби вміти відрізнити їх від правди, аби не підлягати маніпуляціям, чи будуть це російські, чи власне українські. Російська пропаганда уже дуже багато років намагається підірвати єдність українців, однак усі ми можемо довести, що ми сильний народ, який насправді витримає, перемає війну на обох фронтах – інформаційному та фізичному.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Померанцев П.І. Це не пропаганда. Подорож на війну проти реальності. Yakaboo Publishing, 2020. 288 с.
2. Патрикаракос Д. Війна у 140 знаках. Як соціальні медіа змінюють конфлікти у XXI столітті. Yakaboo Publishing, 2019. 352 с.
3. Пульс тижня: 01 – 05 січня 2024 року. URL: <https://www.grafiati.com/uk/info/dstu-8302-2015/examples/> (дата звернення: 21.01.2024)
4. «Хоч би що нам приніс 2024 рік, ми будемо сильнішими»: новорічне звернення Зеленського. Повний текст і відео. URL: <https://www.obozrevatel.com/ukr/novosti-obschestvo/holidays/novorichne-zvernennya-zelenskogo-onlajn-translyatsiya.htm> (дата звернення: 21.01.2024)
5. Ми можемо програти інформаційну війну. Чому медіаграмотність українців упала 2023 року. URL: <https://hromadske.ua/posts/mi-mozhemo-prograti-informacijnu-vijnu-chomu-mediagramotnist-ukrayinciv-upala-2023-roku> (дата звернення: 21.01.2024)
6. Опитування USAID-Internews щодо споживання медіа. Українські медіа, ставлення та довіра у 2023 р. URL: <https://internews.in.ua/wp-content/uploads/2023/10/Ukrainski-media-stavlennia-ta-dovira-2023r.pdf> (дата звернення: 27.01.2024)

Глухенька Марія

здобувачка 1 року навчання
факультету управління персоналом, соціології та психології
*Київський національний економічний
університет ім. В. Гетьмана, Україна*

ТА ЧИ ПРАВДА, ЩО МОВА - ЦЕ НЕВІД'ЄМНИЙ ЧИННИК ПАТРІОТИЗМУ?

Тема мови в сучасних реаліях є невід'ємною частиною нашого життя, і болючою темою протягом століть. З давніх давен люди виборювали право спілкуватись, видавати книжки та навчатись рідною мовою. До війни в Україні спілкування українською мовою було важливим елементом культурного та соціального життя країни. Українська мова виступала як символ національної самоідентифікації та національного єднання. Проте варто враховувати, що в Україні завжди існувала мовна різноманітність, особливо у великих містах та регіонах з різними етнічними групами. Також слід зазначити, що українці завжди мали змогу виражати себе іншими мовами, такими як російська, англійська чи інші, особливо в бізнесі, освіті та громадському житті. На сході країни українська мова відходила на задній план, через несвідому русифікацію населення та землі, проте після початку повномасштабного вторгнення російських окупантів на українську землю, мова почала відігравати над важливу роль та провокувати внутрішні конфлікти між жителями різних регіонів. Багато українців взяли мову як зброю, інші, досі продовжують розмовляти російською. Та чи правда те, що мова це обов'язково патріотизм? Хіба людина не може бути патріотом, якщо вона не спілкується українською мовою в житті та побуті?

За даними «Active group», «Пульс тижня», про те, що мова є обов'язковою ознакою патріотизму в усіх випадках, сказали 25,5% опитаних, а 28% українців вважають, що спілкування українською мовою є ознакою патріотизму в деяких випадках. Натомість 42,3% респондентів дотримуються думки про те, що мова і патріотизм жодним чином не пов'язані. Не визначились із відповіддю 4,2%. На мій погляд, поєднувати поняття мови та патріотизму зовсім безглуздо, адже кожна людина має вільне право на вибір мови спілкування. Так, знати рідну мову є обов'язковим чинником, але як висловлювати думки, це суто свідомий вибір кожного українця. Думки українців щодо тези “людина є патріотом тієї країни, мовою якої вона спілкується зі своїми дітьми” розділились майже навпіл: не згодні із цією думкою 46,5% респондентів, а згодні – 44%. Чесно кажучи, особисто мене дуже тішить, що достатньо велика частина людей старається виховувати своїх дітей рідною мовою, та старанно вчать їх українській культурі та традиціям. Це дає віру в майбутнє нашої країни, та збереження наших традицій та звичаїв.

Незважаючи на це, внутрішня війна за мову продовжується. Найгірше те, що окрім цивільних людей, у ці війни почали вплутувати військових, які доводять свою патріотичність і силу кожного дня. Але тезу про те, що всі військові мають в обов'язковому порядку розмовляти державною мовою також можна спростувати. Українські військові, це такі ж самі люди як і всі інші, і вони мають таке ж право висловлювати свою думку тією мовою якою їм зручно та комфортно, і найголовніше, що ніхто не в праві вирішувати за них самих, з ким і як їм спілкуватися.

За даними опитування «Active group», «Пульс тижня», українського військового, який спілкується російською мовою, патріотом назвали 83,8% опитаних, у той час як 7,8% вважає навпаки. Мене тішить, що переважає відсоток людей, які дійсно розуміють, що мова не дорівнює патріотизму, і не показує твоє ставлення до Батьківщини.

Окрім цього, за даними опитування телеканалу « Суспільні новини», 57% українців стали більше спілкуватися або перейшли на українську з початком повномасштабного вторгнення Росії в Україну 24 лютого. Я дуже щаслива, що відсоток україномовних людей росте, проте мені дуже прикро, що для відновлення мови потрібно пережити стільки трагічних подій, загиблих людей та поламаних будинків. Я хочу вірити в те, що після Перемоги цей відсоток зросте вдвічі, а не впаде на 0.

У висновку я хочу зауважити на важливості вище перелічених речей. Загалом, я дуже рада, що після багатьох років русифікації наша країна починає оговтуватись та відновлюватись. Як писала Ліна Костенко : «Нації вмирають не від інфаркту. Спочатку їм відбирає мову». Безумовно важливо вчити мову, знати мову, спілкуватися рідною мовою не лише у закладах харчування та телебаченні, а й на вулицях міста та оселях. Безумовно важливо вчити дітей рідній мові, традиціям, культурі, бо саме з цього починається Україна.

Дементьєв Дмитро

здобувач 4 року навчання
факультету управління персоналом, соціології та психології
*Київський національний економічний
університет ім. В. Гетьмана, Україна*

КОМУНІКАЦІЇ ПІД ЧАС ВІЙНИ

Є така приказка, як, що найціннішим людським ресурсом є час, з чим я погоджуюсь. Разом з ресурсом завжди йдуть навички його використання, і найціннішою людською навичкою, я вважаю здатність комунікувати. Під якою можна, розуміти здатність слухати і чути, відчувати і бачити, міркувати і розмовляти. Комунікація стоїть в основі кожного рішення, кожної зміни. Вона дуже чутлива до того, як її використовувати. Одне не вірне слово, навіть у правильній думці, може призвести до не передбачуваних обставин. Що можна побачити на нашому першому прикладі.

Прикладом, комунікації, яка може покликати за собою низку соціальних змін є новорічний виступ президента країни. Який не вбачаючи, на свою щорічність остається очікуваною суспільством, на таку думку нашттовхують данні порталу “Пульс тижня” і їх новина, в якій йдеться про новорічне привітання президента. 42,6% респондентів переглядали новорічне привітання в прямому ефірі. В новині основний акцент робиться на тезі президента: “Бо знаю, що одного дня доведеться поставити собі питання: хто я? Зробити вибір, ким я хочу бути. Жертвою чи переможцем? Біженцем чи громадянином?”. Майже половиною респондентів вона була сприйнята негативно (43.1%), і це зрозуміло, адже причини перебування за кордоном у теперішньому стані країни можуть бути різними. Така теза, на мою думку, могла б і так існуючий конфлікт людей у країні і поза нею, перевести з стадії постів, коментарів в інтернеті в більш активну стадію ненависті і ворожнечі між двома сторонами. Хоча майже половина людей, негативно поставилась до такої тези, люди погоджують з тезою, що кожен сам має для себе вирішити, він громадянин чи біженець (56,4%). Такий відсоток підтримки можливо, пов'язаний з тим, що у багатьох повиїжджали родичі і друзі і респонденти просто не відносять їх до терміну біженці. Також безумовно є відсоток людей які, покинули країну, але все ще її підтримують – донатами, коментарями і постами.

Також, однією з форм комунікації, ми можемо виділити гумор. Він дуже глибоко знаходиться у нашій культурі. Через гумор люди демонструють свої реальні думки, те що їх хвилює, свої скарги і те як вони бачать, те що в них перед очима. А отже, через гумор люди можуть виражати свої думку з приводу різних соціальних змін. Також, жарти які

зроблені на темі соціальних змін, наприклад мови в країні, можуть викликати неочікувану реакцію з боку суспільства. Така ситуація трапилась з “Квартал 95”, при показі сценки з переселенкою, яка переходить на українську мову та не може зв’язати в розмові й двох слів. Якщо, подивитись на дані які наданні порталом “Пульс тижня” №52, 69,2% опитаних чули про цей номер, і побачили в ньому глузування (59,4%). Це не секрет, що більша частина населення України, говорила і говорить російською, але з теперішньою ситуацією, люди почали змінювати свою мову. І це потрібно підтримувати, а не висміювати їх намагання оволодіти офіційною мовою країни.

Журналісти є тими людьми хто комунікує з суспільством багатьма способами (інформують, освітлюють, збирають думки). Коли йде порушення прав журналістів і про це дізнається суспільство, це може покликати за собою низку соціальних змін, наприклад: втрата довіри до інформації з боку ЗМІ і політичного устрою країни. Візьме до уваги громадську думку, яка опублікована на “Пульс тижня” (№2/54), то стає зрозуміло, що 49,4% громадян відзначають погіршення ситуації зі свободою слова, 31,2% вважають, що змін не відбулося і 12,7%, що покращилась. Думка людей на питання чи часто влада вчиняє незаконні дії щодо журналістів (незаконне прослуховування, залякування), виглядає більш у негативному ключі. Варіанти які мають нотку погодження, що такі дії здійснюються, але не часто і варіант з повним погодженням що таке є, перевищують варіант, що такі дії не відбуваються. Це вже може вказувати, на деяку параною у людей, і на це потрібно звертати увагу органам управління і розповсюдження інформації. І ще, що хочеться відмітити, що не вбачаючи на ситуацію коли держава в складному становищі, люди вважають (77,6%), що критики влади з боку журналістів допустима і корисна.

Також, у 2022р. через війну в Україні виникло нове, раніше не бачене комунікаційне явище, як “Єдині новини”. Вони слугували рупором між державою і суспільством. Але зараз йдуть розмови про можливе реформування, цього концепту. В.о міністр культури і інформаційної політики України Ростислав Карандєєв припускає, що в майбутньому можлива зміна формату телемарафону. До змін, може входити додавання більше культурного продукту, документальних фільмів, тощо. За даними порталу “Пульс тижня” №3/55, на питання чи дивитесь ви телемарафон “Єдині новини” збільшився відсоток тих хто відповів “ніколи не дивлюсь” з 20,3% червень 2023 до 33,7% січень 2024, і зменшився відсоток “так, постійно” з 18,7% до 10,3%. Якщо подивитись на телефомарафон з боку зацікавленості, то вона значно впала, відсоток відповідей “не цікавий” збільшився з 18% до 44,6%. Відсотки “цікавий” впали з 19,1% до 7,5%. Також, в суспільстві існує думка про не об’єктивність телемарафону. Адже за даними, варіант “повністю об’єктивні” впав з 21,3% до 3,6% і “швидше об’єктивні” з 37,8% до 19,9%. Натомість варіант “повністю не

об'єктивні” піднявся з 6,1% до 28,4% і “швидше не об'єктивні” з 15,6% до 23,1%. Можливо саме через зменшену зацікавленість і можливу не об'єктивність, суспільство і прагне змін чи повного переспрямування бюджету який виділений на телемарафон. З такою ідеєю виступив Павло Білоус, бойовий медик, які демобілізувався. Він створив петицію із пропозицією пере спрямувати кошти, призначені для телемарафонів, на фінансування БПЛА та пікапів для ЗСУ. Протягом першого тижня цю ініціативу підтримало понад 10 тисяч підписантів з потрібних 25 тисяч.

Підводячи підсумок, можемо зробити висновок, що під час війни, відбувається дуже багато соціальних і не тільки змін. Зміни відбули і в комунікації в країні. На початку війни комунікація стала найважливішим аспектом у країні, також відбулися небачені раніше комунікаційні рішення, наприклад телемарафон і тд. Щоденно влада комунікувала з суспільством направляючи їх в такий важкий час змін. І що ми бачимо через 2 роки війни, рівень комунікації став гірше. Порушення прав журналістів, невдалі жарти, спірні тези, зменшення довіри суспільства до інформації і її об'єктивності. Що можна зробити щоб покращити ситуацію? На мою думку, треба перейняти досвід країн-партнерів, адаптувати і ввести нові технології комунікації між владою і суспільством, збільшити частку документального, розважального, навчального контенту.

Дружченко Марія

здобувачка 2 року навчання
факультету управління персоналом, соціології та психології
*Київський національний економічний
університет ім. В. Гетьмана, Україна*

КОМФОРТНЕ МІСТОТВОРЕННЯ:

СПОЧАТКУ ІНФРАСТРУКТУРА ЧИ ТРАНСПОРТНА СИСТЕМА?

Комфортне містобудування є важливою складовою розвитку сучасних міст. Оскільки ми будемо говорити про українські міста то маю зауважити те, що в нашій країні комфорт може відрізнитися від норми. Оскільки в нашій країні війна. Тому будемо зачіпати варіанти зруйнованих та пошкоджених міст, через російський напад на територію України. Також можна сказати, що є міста які можна оновити покращивши інфраструктуру чи транспортну розв'язку, адже величезну кількість людей незадоволена ними. Звідки ми можемо дізнатися цю інформацію ?

Провести замір громадської думки можна за допомогою щотижневого інтернет видання «Пульс тижня» від «Active Group», так ми зможемо досконало дізнатися думку

громади стосовно покращення інфраструктури чи виділення коштів на допомогу армії, це є прикладом, для можливості розставлення пріоритетів в нашому суспільстві. Повернемося до теми.

Питання про те, що спочатку потрібно розглядати - інфраструктуру чи транспортну розв'язку, вимагає комплексного підходу. Інфраструктура і транспортна розв'язка взаємопов'язані і мають вплив одне на одного. Розглянемо ці аспекти детальніше.

Інфраструктура міста включає в себе будівлі, дороги, мости, парки, а також комунікаційні системи. В більшості своєї роботи я буду говорити про місто Київ в якому я проживаю, та місто Харків звідки я родом. Щоб мати можливість наводити приклади. Якщо подивитися то комфортність міст в наших реаліях може трохи відрізнятись. Якщо взяти до уваги місто Харків, то там зараз одним з пріоритетів є спеціальні укриття-бомбосховища, я особисто була в них та маю розуміння який величезний плюс для міста вони несуть. Також існування укриттів в нормальному стані, в багатьох наших містах їхній стан незадовільний. Питання стосовно ремонту парків не є в пріоритеті оскільки акцент йде більше на відновлення комунікаційних систем які постійно обстрілюються. В одній книжці про містотворення я прочитала уривок про те що: комфортний район це той, де можна за 15 хвилин: сходити до кав'ярні, магазину, поруч є садочок, школа, дитячий майданчик, спортивний зал, і багато чого іншого, в наших реальніших складно говорити про такий рівень комфорту, але відкриття невеликих кав'ярень несуть в собі користь та відчуття комфорту мешканцям. Зручно коли ти можеш в своєму будинку чи поруч, сходити до кав'ярні де тебе знають і є можливість перепочити. Нам ще далеко до ідеальних міст, але маленькими кроками можна пройти тисячі кілометрів.

Якісна інфраструктура забезпечує зручний доступ до всіх необхідних послуг і ресурсів для життя.

Транспортна розв'язка, з іншого боку, впливає на рух транспорту в місті, якість повітря та загальний рівень забруднення. Оптимально розвинена транспортна мережа може зменшити транспортні затори і покращити екологію міста.

Тут вже прикладом буде місто Київ. В Харкові громадський транспорт є безкоштовним, тому не вважаю доцільним говорити про нього. В Києві не вистачає державних перевізників. Транспорту наче багато, але велика частина з них це «часні» перевізники, вартість проїзду в яких в двічі більша ніж в державних і має свої незручності. Враховуючи, що під час повітряної тривоги весь державний наземний транспорт зупиняється(окрім підземних станцій метро). Це створює колапс на дорогах та додатковий стрес при поїздки на роботу чи по справах. Відсутність комфортного громадського транспорту призводить до того, що велика частина людей готова купити машину та

пересуватися по місту на ній, що збільшує шкоду екології, створює величезні затори в час пік в місті.

Зважаючи на це, важливо враховувати обидва аспекти при плануванні містобудування наших реалій. При цьому слід враховувати думку мешканців міста, їхні побажання та потреби. Соціологічні дослідження, зокрема, здійснювані інтернет виданням «Пульс тижня», можуть стати важливим інструментом для збору відгуків та формування ефективних стратегій містобудування.

Таким чином, комфортне містобудування потребує комплексного підходу, у якому інфраструктура та транспортна розв'язка взаємодіють і доповнюють одне одного для створення зручного та екологічно чистого середовища для мешканців.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Пульс тижня. <https://activegroup.com.ua/puls-tizhnya/>.

Клименко Уляна

здобувачка 1 року навчання
факультету управління персоналом, соціології та психології
*Київський національний економічний
університет ім. В. Гетьмана, Україна*

РОЛЬ КОМУНІКАЦІЙ У ФОРМУВАННІ СПРИЯТЛИВОГО СОЦІАЛЬНОГО КОНТЕКСТУ

Комунікації є необхідним інструментом для створення та розвитку сприятливого соціального середовища. Вони є засобом передачі ідей, цінностей та норм, які формують основу соціальної взаємодії, сприяють розумінню та прийняттю різноманітності в суспільстві.

Завдяки ефективній комунікативній системі суспільства виникає взаємодія, яка сприяє вирішенню проблем, розвитку інновацій та підтримці у складних ситуаціях. Сприятливий соціальний контекст, забезпечений ефективною комунікацією, стає основою для стабільного розвитку та процвітання суспільства.

Процес комунікації визначає важливі аспекти суспільних змін. Українське суспільство стоїть перед важливими викликами, тож визначення статусу англійської мови для України виходить на передній план. Тому що закріплення англійської мови в Україні відкриває широкі можливості для розвитку країни, аби мати можливість ефективно комунікувати та розуміти соціальні настрої, що, як ніколи раніше, важливо для України.

Опитування, представлене щотижневим інтернет виданням про громадську думку “Пульс тижня”, вказує на високий рівень підтримки для обов'язкового вивчення англійської мови вже з дитячого садка. При цьому 40,7% респондентів виразили повну підтримку цієї ідеї, 38,3% швидше підтримують, швидше не підтримують та повністю не підтримують – 12% та 4,1% відповідно. Важливо розуміти, що мова – це не тільки інструмент спілкування, але й ключовий елемент формування соціального контексту. Вивчення англійської з раннього віку сприяє розширенню світогляду та формуванню відкритого сприйняття світу. В умовах війни Україні важливо доносити всьому світові про реалії нашого життя, тому кожному з нас необхідне вивчення англійської мови як ефективного інструменту комунікацій.

Подальше опитування показує високий рівень (повністю підтримую – 44,9% та швидше підтримую – 32,2%) підтримки ідеї зробити знання англійської мови обов'язковим для держслужбовців вищої ланки. Мова стає інструментом міжнародного спілкування, особливо в контексті євроінтеграції та підтримки України іншими державами. Вимагати володіння англійською для високопосадовців допоможе покращити комунікацію та ефективність державних структур у міжнародних відносинах, забезпечуючи зрозумілість та відкритість. Вивчення англійської мови є не лише технічною необхідністю. Це сприяє взаєморозумінню та співпраці, зміцнюючи соціальні зв'язки та створюючи основу для розвитку суспільства.

Отже, введення англійської як мови міжнародного спілкування в різні сфери життя українців є великим кроком, спрямованим на покращення якості комунікації та сприяння сприятливому соціальному середовищу. Розуміння важливості цього процесу відображає прагнення України до інтеграції, взаєморозуміння та підтримки в світовому значенні.

Однак, комунікативний процес це велика відповідальність. Важливо пам'ятати, що комунікації можуть викликати не лише позитивний, але й негативний вплив. В умовах сучасного інформаційного суспільства висловлення публічних осіб, лідерів думок, влади має вагоме значення. Опитування від “Пульсу Тижня”, пов'язане із висловленням Ірини Фаріон щодо російськомовних бійців бригади "Азов", стає прикладом впливу комунікацій на соціальний контекст.

Фаріон викликала значний резонанс, назвавши російськомовних військовослужбовців "збродом" та відмовившись називати їх українцями через використання російської мови. Це викликало обурення серед громадськості, і це питання набуло обертів. Опитування зазначає, що 76,5% респондентів однозначно не погоджуються з позицією Ірини Фаріон. У цьому випадку висловлення Фаріон стало джерелом

напруженості та розділених поглядів в українському суспільстві. Власне слова впливають на суспільну думку.

Ситуація з Іриною Фаріон акцентує на важливості використання комунікацій в правильному аспекті, тому що інколи краще промовчати задля побудови сприятливого суспільства. Такі випадки підкреслюють, що кожен має нести відповідальність за свої слова, оскільки вони можуть впливати на соціальну стабільність. Висловлення, які викликають резонанс у суспільстві, руйнують його єдність та затримують розвиток.

Комунікативний процес, який підтримує взаєморозуміння та толерантність, сприяє формуванню позитивного соціального середовища. Отже, інцидент із висловленням Ірини Фаріон є яскравим прикладом, як комунікація може негативно впливати на формування соціального контексту. Щоб створити сприятливе середовище для кожного, комунікація повинна ґрунтуватися на толерантності, взаєморозумінні та повазі до різних точок зору.

Отже, комунікації визначають розвиток сучасного суспільства, впливаючи на його суспільну значущість та сприяючи формуванню громадянської позиції. Це важливо для розвитку України та її громадян і громадянок. Свідоме та відповідальне використання комунікаційних інструментів допомагає побудувати відкритий та підтримуючий соціум, забезпечуючи позитивні зрушення в розвитку країни. У контексті сучасних викликів кожному громадянину України необхідно розвивати активну свідому громадянську позицію та навички ефективної комунікації для сприяння позитивним змінам у країні. Тому що разом ми маємо силу формувати майбутнє України, стаючи прикладом справжнього впливу та невичерпним джерелом інновацій.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

«Пульс Тижня» <https://activegroup.com.ua/puls-tizhnya/>

Перше опитування: <https://activegroup.com.ua/2023/11/27/puls-tizhnya-18-24-listopada-2023-roku/>

Друге опитування: <https://activegroup.com.ua/2023/11/13/puls-tizhnya-04-10-listopada-2023-roku/>

Куценко Роман

здобувач 4 року навчання
факультету управління персоналом, соціології та психології
*Київський національний економічний
університет ім. В. Гетьмана, Україна*

СПОЖИВАННЯ В ЦИФРОВІ ЧАСИ

Цифрове споживання інформації може виступати чинником соціальних змін. У сучасному інформаційному суспільстві де цифрові технології стали невід'ємною частиною життя, споживання інформації впливає на соціальні зміни, створює тенденції та задає тренди. Кожне цифрове медіа прагне утримувати та збільшувати аудиторію: це вже не тільки джерело інформації, а й також механізм впливу. Сьогодні настільки багато каналів споживання інформації, що кожен з користувачів інтернету знайде для себе той канал інформації, який найбільше відповідає його світобаченню, його принципам.

Ключовим аспектом цифрового споживання є швидкість отримання інформації. Людина має доступ до великого різноманіття цифрових ресурсів, вона може побачити інформацію з різних сторін. До звичних каналів інформації додається різні стрімінгові платформи, які вирощують нових лідерів думок. Чим більше з'являється різних точок зору, тим більше з'являється шуму. Інформаційний шум негативно впливає на людини, адже заганяє її в стресові ситуації. Якщо людина не вміє перевіряти інформацію на наявність фейків - це може нести за собою не чим не підкріплені твердження.

Аналізуючи інформаційне споживання в Україні можна сказати що воно досить змінилося з приходом широкомасштабної війни. В перші місяці війни виникла серйозна необхідність споживання інформації, бути в потоці. Вчетверо частіше почали користуватися каналами у месенджерах Telegram та Viber для отримання новин. Популярність журналістських медіа та месенджерів серед українців на сьогодні майже однакова, як показує соціологічне дослідження групи «Рейтинг», проведене у лютому 2023 року. Згідно з результатами цього дослідження, частота споживання новинних матеріалів на національних та місцевих медіа серед українців зменшилася: національне телебачення з 55% до 43%, а місцеве — з 11% до 7%. Також спостерігаються втрати у популярності інтернет-сторінок (з 47% до 36%). З іншого боку, зросла популярність груп та каналів у месенджерах Telegram та Viber (з 11% до 41%), а також каналів у YouTube (з 21% до 29%). Соціальні мережі, такі як Facebook, Twitter, Instagram, майже не змінили свого впливу (35%). Отже, на сьогодні національні телеканали та месенджери мають майже однакову популярність як джерело отримання новин серед українців — 43% та 41% відповідно [1].

З таким споживанням різного контенту з телеграм каналів, збільшується ризик дезінформації. Переглядаючи «Пульс тижня» за 11 – 17 листопада 2023 року, можна побачити новини про виклик анонімності телеграм каналів. «Головна загроза діяльності певної групи Telegram-каналів – це анонімність їх власників і відсутність будь-якої відповідальності за поширення неперевіреної, сфальсифікованої і свідомо маніпулятивної інформації. З урахуванням цих особливостей, російський режим широко використовує Telegram-майданчики з метою спроб дестабілізації українського суспільства», – висловив свою думку Данілов. Переглядаючи результати опитування 31,6% респондентів вважають, що ця заборона спрямована задля того щоб не критикувати владу, ще 12,8% вважають що це саме для цього й робиться. Інша частина респондентів вважають, що це виключно та більше для захисту від російської пропаганди 12,8% та 23,1% відповідно, 19,7% респондентів не дали чіткої відповіді на запитання [2].

Я вважаю що це дуже важливо, адже ситуація в котрій опинилися українські споживачі різноманітного контенту, потребує високого рівня медіаграмотності. Саме боротьба з анонімністю телеграм каналів допоможе бути в курсі «правильних» новин. Потрібно створювати атмосферу потрібної інформації, яка б відкривала можливості для соціальних змін та трансформації суспільства в вірному напрямку. Важливо руйнувати стереотипи та прививати нове бачення.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Соціологічна група Рейтинг. Комплексне дослідження: Як війна змінила мене та країну. Підсумки року. URL: https://ratinggroup.ua/research/ukraine/kompleksne_dosl_dzhennya_yak_v_yna_zm_nila_mene_ta_kra_nu_p_dsumki_roku.html.
2. Пульс тижня: 11 – 17 листопада 2023 року | Active Group. Active Group. URL: <https://activegroup.com.ua/2023/11/20/puls-tizhnya-11-17-listopada-2023-roku/>.

Мальцева Валерія

здобувачка 2 року навчання
факультету управління персоналом, соціології та психології
*Київський національний економічний
університет ім. В. Гетьмана, Україна*

ІНФОРМАЦІЙНА ВІЙНА РФ ПРОТИ УКРАЇНИ ЧЕРЕЗ СОЦІАЛЬНІ МЕРЕЖІ

У середині кожного смартфона, в безмежних просторах інтернету, розгортається справжня битва – битва за увагу, за думки, за переконання. Російська Федерація веде непримиренну інформаційну війну проти України, використовуючи соціальні мережі як потужний інструмент впливу. Закидані лживими новинами, маніпуляціями та пропагандою, мережі стають полем бою, де кожен пост, кожен коментар може бути зброєю. Ця війна вирається за допомогою танків та авіабомб, але і за допомогою ідеї і керованих потоків інформації.

У цій війні кожен користувач стає солдатом, оборонцем своїх переконань і правди. Але щоб вижити в цьому інформаційному полі, потрібно бути критичним до кожного джерела інформації, розуміти, що за кожним постом може стояти прихована мета. Україна повинна бути міцною в цій війні, не лише на полі бою, але й у вірі у справедливість та істину. Лише так ми зможемо захистити себе від ворога, який нападає не лише зброєю, але й словом.

Що ж таке інформаційна війна? Це комплекс заходів здійсненні урядовими та неурядовими організаціями рф проти України в інформаційному просторі спрямованих на отримання стратегічно-політичних переваг шляхом деморалізації або введення в оману противника.

Інформаційна війна Російської Федерації проти України, яку я хотіла розглянути, це на платформах соціальних мережах, на прикладі TikTok та Instagram, вони є складною та загрозливою проблемою, яка потребує уваги та реагування від боку влади, а від громадян розумного споживання та аналізу отриманої інформації. Ці соціальні мережі використовуються для поширення пропаганди, дезінформації та маніпуляції глядачами з метою впливу на суспільство та загальний настрій громадян.

На платформі TikTok, яка здобула величезну популярність серед молоді, російська пропаганда використовує різні техніки для залучення уваги та переконання аудиторії. Відеоролики, які розповсюджують неправдиву інформацію про події в Україні, набирають велику кількість переглядів та швидко поширюватися серед користувачів. Більше того, користувачі, які не мають достатньої критичної думки або інформації про конфлікт, можуть

ставати жертвами маніпуляції. У той же час, платформа Instagram також стає майданчиком для російської пропаганди. Відкриті профілі та сторінки поширюють зображення та відео, що спотворюють події в Україні або навіть пропагують насильство та розпалюють конфлікти ще більш. Рекламні кампанії, спрямовані на українську аудиторію, також використовуються для поширення дезінформації та спроб впливу на громадян.

Для прикладу, беремо новорічне привітання Зеленського. Президент України Володимир Зеленський в останні хвилини 2023 року звернувся до українців із новорічним привітанням [1]. Переважна більшість українців назвали промову президента гарною, але деякі вважають, що минулого року вона була кращою. У новорічній промові президент України подякував українцям, які залишаються в Україні під час війни, і висловив наступну тезу: «Бо знаю, що одного дня доведеться поставити собі питання: хто я? Зробити вибір, ким я хочу бути. Жертвою чи переможцем? Біженцем чи громадянином?». Її багатьма було сприйнято як протиставлення між людьми, які знаходяться в Україні та людьми, які виїхали за її межі. Тема з новорічним привітанням Зеленського, дуже сильно розлетілася по соціальним мережам, зокрема у TikTok з цією фразою «Хто я? Зробити вибір ким я хочу бути. Жертвою чи переможцем? Біженцем чи громадянином?», люди вирвали цю фразу з контексту і почали її розкручувати, і тим паче у TikTok. А російські боти або російські пропагандистські акаунти почали розкручувати ідею, того, що президент нашої країни заперечує існування біженців, а також існування таких громадян в нашій країні. Це теж розповсюдилося в соціальних мережах з неймовірною швидкістю на перших тижнях 2024р. Що стало одним із перших негативних моментів у цьому році. На прикладі цього Тік тока ми можемо побачити приклади коментарів які писали і наші громадяни і як ми всі впевнені що і російські боти.

Наступна тема для розгляду, це «переговори» рф з Україною.

Під час виступу на саміті G20 російський президент заявив, що РФ нібито «ніколи не відмовлялася від мирних переговорів з Україною». Крім того, він назвав те, що відбувається в Україні, «трагедією» і закликав «шукати шляхи для її якнайшвидшого припинення». Радник голови Офісу президента України Михайло Подоляк, коментуючи ці висловлювання, зазначив, що винищенням цивільного населення в Україні з 2014 року займається виключно Росія. За словами посадовця, Росії нема чим думати й нема що думати. «Убивці, які холоднокрівно вчиняють умисний злочин, усередині нього не думають, як зупинити злочин. Єдине ж дієве рішення, усвідомлення якого все ще невідкладне розуму Путіна, – негайно вивести окупаційні російські війська із суверенної території іншої держави. Після – за стіл, щоб обговорити виплати, компенсації та інші юридичні наслідки війни», – додав Подоляк.

Отак лише через через виступ російського президента на саміті G20. В TikTok та Instagram почалися суперечки, щодо того, що саме наша країна заперечує переговори рф, хоча Росія нібито готова говорити за припинення війни. Звісно такий відсоток людей малий, але він все ж ще існує і через це, у соціальних мережах розвивається конфлікт, бо ті люди які підтримують слова радника голови офісу президента Михайла Подоляка, починають сваритися з людьми, які навпаки говорять що Україні треба сісти на переговори з Росією для припинення війни.

Наприклад, також тему мобілізації дуже сильно обговорювали на платформі TikTok, щодо того, що це велика дискримінація чоловіків на прикладі того, що повістки видають навіть у спорт клубах і також за, запропонування організувати вручення електронною поштою повісток. До речі, про це писав Activ Group, в пульсі тижня, в випуску 2 грудня- 8 грудня. Також 30 січня 2024 кабінет міністрів України схвалив та передав до верховної ради оновлену версію законопроекту про мобілізацію, про це писав пульс тижня 27 січня-2 лютого, і через такі новини у соц.мережах такі як TikTok. Дуже поширилась обурення наших громадян, в яких підключалися російські боти в коментарях, роблячи масовану атаку цими повідомленнями, що наша країна йде в нікуди, що ніхто не хоче мобілізуватись. Також були коментарі на кшталт того, що в росії випускають за кордон, а в Україні і не випускають за кордон, і не дадуть жити нормальним життям.

В останні дні старого року, особливо люто розповсюджувалась, так звана зрада, щодо відношення нашої влади до чоловіків та мобілізації. Це вже розповсюдилось, не тільки в коментарях різних пабліків, а й навіть сторіз наших топ блогерів. Здогадки, про це писало багато притомних людей, а тому авторці публікації (qr-код у джерелах) прийшла в голову думка сходити на телеграм канал "Цифровая армія раісі", який займається іпсо, та глянути, які завдання там ставили ботам. Вона показала і нам, фотографії у публікації. Всі ці інформаційні стратегії розробляють грамотні люди, і сучасні технології дозволяють їм поділити умовних користувачів соціальних мереж на категорії за вподобаннями. Ті категорії, які проявляють симпатію до російського контенту, або схильні до флешмобів чи репостів всякого контенту, типу фейкових віршів Шевченка, атакуються в першу чергу такими коментарями.

Все ж таки це все інформаційна війна Росії проти України яка вже триває дуже багато років і Росія віддає на це дуже багато грошей сил та ресурсів для того щоб зробити наш внутрішній конфлікт все більше і більше Для протидії цій загрози, українські владні структури, активісти та громадські організації повинні активно працювати над виявленням та розкриттям маніпуляційної інформації, а також над підвищенням медіаграмотності серед населення. Інформаційні кампанії, спрямовані на розкриття та демонстрацію інструментів

розпізнавання фейкових новин та пропагандистських матеріалів, повинні бути ефективними у боротьбі з дезінформацією. Крім того, співпраця з міжнародними партнерами та платформами соціальних мереж для виявлення та видалення пропагандистського контенту, є також важливою складовою стратегії протидії інформаційній війні. Забезпечення прозорості та відкритості у діяльності цих платформ, може допомогти нам ефективніше боротися з маніпуляціями та впливом з боку російської пропаганди.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Пульс тижня - <https://activegroup.com.ua/puls-tizhnya/>

Мамай Софія

здобувачка 4 року навчання
факультету управління персоналом, соціології та психології
*Київський національний економічний
університет ім. В. Гетьмана, Україна*

КОМУНІКАЦІЇ У МЕДІА ЯК ІНСТРУМЕНТ СОЦІАЛЬНИХ ЗМІН

Неможливо заперечувати, що комунікації у сучасному світі формують ставлення індивідів до багатьох загально відомих проблем та явищ, стають інструментом зміни думки громадян, маніпуляції та викривлення соціальної реальності.

Через розмаїття інформаційного простору сучасне суспільство стикається з величезною кількістю інформації з різних джерел, що і формує їхнє уявлення про спосіб життя, усталені соціальні норми, які трансформуються під впливом західних ідей та стилів поведінки, які у результаті створюють певні ціннісні орієнтири, які формують світогляд та ведуть до соціальних змін.

За допомогою комунікації, люди спроможні пропагувати певні ідеології, стереотипи та цінності, що може впливати на формування соціокультурних практик особистості. Таким чином, медіа стають засобом соціалізації, який впливає на формування моральних та етичних поглядів особистості.

Засоби масової комунікації допомагають визначити свою ідентичність шляхом пропонування різних моделей ідеалів, цінностей та стилів життя. Це може вплинути на їх вибір професій, політичних переконань, культурних уподобань і способу сприйняття світу,

що вкотре доводить актуальність даного явища у контексті трансформації індивідів та виокремленні моделей поведінки, що передують змінам у суспільстві.

Завдяки розвитку інтернету та цифрових технологій, медіа та комунікації у мережі загалом, стали більш інтерактивними та доступними для всіх користувачів. Це дозволяє індивідуалізувати зміст та взаємодіяти з ним, що робить їх ще більш суттєвим елементом сучасного інформаційного суспільства. У підсумку, комунікації відіграють важливу роль у впровадженні соціокультурних практик та визначенні способу життя сучасної особистості, що у майбутньому може формувати однобоке ставлення до проблем та висвітлювати їх з «вигідного боку», щоб запустити механізм соціальних змін. Медіа впливають на свідомість індивідів через різноманітні механізми та стратегії.

По-перше, вони використовуються для поширення інформації та новин, що створює основу для формування знань та розуміння подій у світі. Медіа впливають на свідомість через фільтрацію та вибір інформації, яку вони надають, і відображення подій у відповідному контексті.

По-друге, комунікації у медіа впливають на свідомість через створення образів і стереотипів. Вони можуть підсилити певні ідеї, цінності та переконання через представлення певних груп людей або ідеологій у позитивному або негативному світлі. Це може впливати на формування уявлень та ставлення до різних соціокультурних груп.

По-третє, комунікації у медіа використовуються для агітаційних цілей, впливаючи на свідомість через політичну та соціальну рекламу. Політичні кампанії та рекламні повідомлення можуть переконувати та мобілізувати громадян, впливаючи на їхні погляди та поведінку.

По-четверте, комунікації у медіа можуть використовувати розважальний контент для впливу на свідомість. Фільми, телевізійні шоу та інші розважальні продукти можуть впливати на смаки, стиль життя та цінності глядачів через втілення певних образів і ідеалів.

Аналізуючи статті щотижневого видання «Пульс тижня», а саме: «Квартал 95» потрапив у скандал через новорічний жарт про мову та переселенців», може тільки підтвердити наведені вище аргументи. Ведення «правильних» комунікацій забезпечує підтримку у суспільстві та зменшує ризик недовіри до певного медіа-ресурсу. Через невдалий жарт користувачі почали обурюватися та висловлювати свої думки у соціальних мережах, через що «Квартал 95» став рушієм конфлікту. Недолуга комунікація також спровокували бурхливу реакцію, що може за собою повести соціальні зміни у суспільстві (більший хейт та насміх до тієї групи людей, яка висвітлювалася у цьому жарті), що, у свою чергу, викличе ще більшу ворожнечу та «розкол» у середині країни.

Щодо статті: «Новорічне звернення Зеленського», можна зробити висновок, що голова держави також активно користується «меседжами» для окремих груп суспільства, що кожна людина, у силу свого досвіду, розвитку, рівня відзеркалення соціаліальної реальності може трактувати по-своєму. «Двозначні» фрази формують у суспільства неоднозначне ставлення до подій та «запускають» процеси появи нових рис і елементів в соціальних структурах і в системах соціальних взаємостосунків, що і провокує соціальні зміни у державі.

Остроушко Іван

здобувач 2 року навчання
факультету управління персоналом, соціології та психології
*Київський національний економічний
університет ім. В. Гетьмана, Україна*

ОСОБЛИВОСТІ ІНФОРМОВАНOSTІ СУСПІЛЬСТВА ТА МЕТОДИ БОРОТЬБИ З ДЕЗІНФОРМАЦІЄЮ

Тема дезінформації нашого суспільства сягає століть. Навіть за часів Київської Русі людина була, фактично, дезінформована щодо нагального положення справ, але лише за відсутності нагальних джерел інформації. На відміну від того часу, коли інформації було замало, в наш вік її, навіть, забагато. Беручи до уваги кількість джерел, що злічуються десятками, багатим вибором тем та постійним оновленням даних можна зробити висновок про інформованість суспільства та його жагу до пізнання (без виключень що й чимось унікальним).

Обираючи тему даного напрямку, мені спала на думку фраза Ротшильда «Хто володіє інформацією – той володіє світом». Стало цікаво, чи дійсно людина хоче знати більше ніж вона знає? Візьмемо найпершу новину інтернет-видання «Пульс тижня» що була випущена 9-13 січня 2023 року. На запитання щодо обізнаності людей про позбавлення мандатів народних депутатів 78% респондентів відповіли позитивно. Це яскравий приклад прагнення до пізнання будь-якої інформації. Звідси можна зробити висновок. Питання що спало мені на думку – риторичне. Але воно спрямовує роздуми до наступного. А чи потрібна їй ця інформація? Якщо дивитись з точки зору професії, яку має людина, отримані дані сприяють розвитку в сфері роботи та розширенню кругозору. Іноді це шкодить роботі. І знову беремо новину видання «Пульс тижня» від 27 січня по 2 лютого 2024 року. Першочергово висвітлена стаття, а за нею і соціологічний аналіз, з назвою «У ЗМІ розігнали новину про «звільнення» Залужного з посади». Опитування показало вражаючі 93%

обізнаних респондентів. На мою думку одного доказу буде замало, тому наступна новина від того ж видання і тієї ж дати. Назва: «Умови проживання біженців з України в країнах Європи стають все більш складними». Припустимо попередня новина про Залужного була з розряду умовно важливих новин що хоч якось вплине на долю країни зараз. Тоді в ця новина, де освітлюється тема допомоги українцям-біженцям що перебувають за кордоном від України, жодним чином не вплине на життя людини в країні та поза її кордонами. І ця новина, як раніше виразився журналіст статті про Залужного, «розігнана» на рівні з вістю про хакерську атаку на «Київстар», яка так само є в видавництві «Пульс тижня» від 9 по 15 грудня. Повертаючись до мого питання «чи потрібна людині ця інформація?» можна зробити три висновки:

Перше – з наведених вище прикладів зрозуміло що користувачам різного виду інфополя потрібна нова інформація.

Друге – вона не відноситься до саморозвитку, а, отже, вона не корисна.

Третє – якщо підсумувати перші два висновки можна зрозуміти що люди реагують на інформацію яка найбільш відома, а, отже, люди не знають що саме їх цікавить, тому витрачають час на «найголосніші» новини.

Проаналізувавши все вищесказане напрашується підсумок – читач, слухач або глядач, здебільшого, цікавиться гучною інформацією. Виходячи з цього постає наступне питання. Чи правдиві ці новини і чи можна їм вірити? За даними інтернет-видання «Гвара Медіа», зі статті «Понад 45% українців вірять у достовірність новин з телеграм-каналів» від 27 лютого 2023 року - 63% українців отримують інформацію з телеграм-каналів, з яких 45,2% свято вірять в правдивість цього джерела. Звісно, 52,2% українців вважають, що такі медіа іноді публікують не підтверджену інформацію, але це доводить що люди в більшості своєї вірять отриманій інформації. Постає наступне запитання. Чому людина вірить всьому що їй кажуть? Знову відповідь на це питання дасть інтернет-видання «Гвара Медіа» і знову стаття про телеграм-канали. На запитання «На вашу думку, чому телеграм-канали настільки популярні серед користувачів?» 40,8% респондентів відповіли «цінують за їх зручність». Звідси можна зробити висновок. Користувачі хочуть отримувати інформацію швидко. Так, у випадку з терміновим попередженням про загрозу повітряної тривоги це працює, але що до іншої, «оперативної інформації», наприклад, новин з фронту, це працює в негативному напрямку. Наприклад, взяти перше повідомлення пропагандистського телеграм-каналу «Генерал СВР» від 26 жовтня 2023 року про так звану «смерть путіна». 30-31 жовтня «Ютуб» заповнили інтерв'ю, роз'яснення з експертами, військовими, представниками влади що розбирали цю новину. Навіть інтернет-видання «Фабрика новин» на своєму ютуб-каналі провела інтерв'ю, від 31 жовтня 2023 року, з колишнім розвідником рф Жирновим з

назвою «Зеленський підтвердив смерть путіна». Один з експертів навіть сказав в якій камері лежить його тіло. Наступні три дні, вже після заяви ГУР (зі статті інтернет-видання «Уніан» від 3 листопада 2023 року «ГУР розкрили, чи є шанс що він все-таки помер») що це вкид, просування цього контенту зупинилось. Звідси можна зробити три висновки:

Перше – люди захоплюються неперевіреною інформацією і розповсюджують її далі.

Друге – людям все одно чи інформація вірна. Звідси висновок: як би не було все рівно, її б перевіряли.

Третє – людину дуже легко ввести в оману, а отже, нею маніпулювати.

Нажаль, в наш непростий час, інфодемія є невід’ємною частиною нашого інфопростору. Цей висновок можна зробити з вже двох перелічених вище статей про «звільнення Залужного» та «смерть диктатора». Ці вкиди руйнують довіру до окремо взятих постатей, інформаційних порталів або системи загалом. І, нажаль, через інформаційну війну людині складно зрозуміти де правда, а де ні. З вище написаного аналізу можна зробити висновки. Споживачу все одно чи дезінформацію він читає, чи підтверджену, головне щоб новина була якомога розкрученіше. Постає лише питання. Як не потрапити в жорнова брехні та як протидіяти цьому? Інтернет-сайт «Центральне міжрегіональне управління Міністерства юстиції України (м. Київ)» у своєму повідомленні від 14 липня 2023 року «Як протидіяти дезінформації в умовах війни?» закликає отримувати інформацію лише з офіційних джерел, не піддаватись на провокації пропагандистів і не поширювати неперевіреної інформації. Але, проаналізувавши новини та висновки що наведені вище, можна зробити висновок. Іноді і перевірені джерела можуть «розкрутити» неперевірену новину. З цього можна зробити висновок, що краще підтримувати наші збройні сили і знайти ціль та інформацію що потрібна для саморозвитку та досягнення власної мети.

Печинський Роман

здобувач 4 року навчання
факультету управління персоналом, соціології та психології
*Київський національний економічний
університет ім. В. Гетьмана, Україна*

ДЕЗІНФОРМАЦІЯ ТА ЯК ЇЙ ПРОТИДІЯТИ

За останні кілька десятиліть відбулися швидкі зміни у світі технологій, які повністю змінили спосіб взаємодії людей, спілкування та отримання інформації про світ. Сьогодні ми маємо всі знання людства під рукою, а новини та інформація можуть поширюватися по всьому світу протягом декількох секунд. З'являються нові можливості для навчання,

інформування та координації. Особливо під час локдаунів COVID-19 технології відіграли вирішальну роль, надавали постійний доступ до необхідної інформації щодо охорони здоров'я, а також освіти та роботи. Однак ці значні зміни також призвели до негативних наслідків, які ми тільки починаємо вирішувати. Це включає в себе швидке поширення неправдивої інформації або ж дезінформації. Знову ж таки, пандемія COVID-19 підкреслила це питання, оскільки заходи охорони здоров'я широко критикувалися, зробивши реалізацію цих заходів більш складною через поширеність дезінформації про вірус та боротьбу із ним.

У сучасному світі, інформація відіграє провідну роль у житті людини, кожен день ми перебуваємо у невпинному потоці інформації, яка має значний вплив на нашу точку зору, настрій та світогляд. І далеко не вся інформація яку ми бачимо або чуємо, є правдивою, саме тому важливо, вміти контролювати те яку саме інформацію ми споживаємо. З початком повномасштабної агресії росії проти України, проблема поширення дезінформації в інформаційному просторі набула більших масштабів. Ворог використовує проти нас дезінформацію як зброю психологічного впливу, на різних рівнях, особливо у соціальних мережах. І цій проблемі держава та громадяни мусять протидіяти.

Але що ж таке дезінформація? Як зазначає електронна версія «Великої української енциклопедії», Дезінформація це неправдиві, навмисно перекручені відомості про які-небудь події [1]. Основна мета дезінформації – вплинути на громадську думку, змінити її у вигідний бік. Ті хто створюють такі повідомлення, прагнуть посіяти хаос і підірвати репутацію держави або авторитетних діячів. Як правило, фейкова інформація спрямована саме на політичну сферу.

Розрізняють декілька видів дезінформації. Помилкова інформація без мети зашкодити — це неправдивий або оманливий контент, який поширюється без наміру, хоча наслідки все одно можуть бути шкідливими. Зазвичай, це помилки журналістів або політичних діячів. Неправдива інформація з метою зашкодити (дезінформація), яка поширюється з наміром ввести в оману, отримати економічну чи політичну вигоду та завдати шкоди суспільству. У Gwara ми постійно розвінчуємо фейки та дезу. Правдива особиста інформація (місінформація), яку поширюють, щоб зруйнувати репутацію особи чи організації. Це можуть бути інтимні фото, приватне листування або інший компрометуючий контент [2].

Чи підготоване Українське суспільство до боротьби із цією проблемою?

Згідно з опитуванням "Active Group" за 2021 рік «Сприйняття українцями вітчизняних ЗМІ», на питання "Яким джерелам інформації ви довіряєте?" 36,8% респондентів відповіли що довіряють соціальним мережам, 33,0% національному телебаченню та 32,3 місцевому телебаченню. Тобто як ми бачимо більшість українців до

війни отримувало авторитетну для себе інформацію про останні новини з соціальних мережах та телебачення. В опитуванні за 2023 рік 40,5% українців скоріше або повністю довіряють українським медіа, а 45,7% скоріше або повністю не довіряють їм. Такі дані соціологічного дослідження, проведеного компанією “Active Group” 15 квітня 2023 р. за допомогою онлайн-панелі “SunFlower Sociology”[3].

Тобто після початку повномасштабного вторгнення росії в Україну, наше суспільство роз'єдналось на дві категорії, ті які довіряють українським засобам масової інформації та не довіряють. Варто зазначити що під українськими медіа, маються на увазі не тільки телебачення, радіо, газети, а й інтернет-видання, новинні канали у соціальних мережах та інше. Але що ж так підірвало авторитет українських медіа перед громадянами? За даними видання "Пульс тижня" 20-26 січня 2024 року, довіра українців до телемарафону "Єдині новини" сьогодні значно впала в порівнянні з червнем 2023 роком. На питання "Чи вважаєте ви телемарафон "Єдині новини об'єктивним?" більшість респондентів обрали варіант "повністю не об'єктивний" (28,4%) та 23,1% дали відповідь "швидше не об'єктивний" (23,1%). Хоча ще в червні 2023 року, 6,1% респондентів давали відповідь "повністю не об'єктивний" та 15,6% "швидше не об'єктивний". Як ми бачимо більшість українців сьогодні сприймає, телемарафон як необ'єктивне джерело інформації, що спонукає шукати альтернативні джерела у вигляді телеграм каналів, блогерів та новинних інтернет видань. Телемарафон був ефективним на початку повномасштабного вторгнення, проте зараз подачу інформації слід оновити для сучасних реалій.

Тобто сьогодні українське суспільство споживає більшість інформації у соціальних мережах, що робить їх ідеальним майданчиком для розповсюдження фейків. Соціальні мережі, зокрема популярний месенджер Telegram, стали ареною для поширення дезінформації, що створює значні виклики для суспільства та владних структур.

Однією з основних причин ефективності дезінформації у Telegram є швидкість та анонімність, які ця платформа пропонує. Канали й групи зможуть швидко набути популярності та зібрати велику аудиторію без великих зусиль з боку власників. Це створює сприятливі умови для поширення неперевірених та неправдивих інформаційних матеріалів. Алгоритми Telegram та його захист приватності можуть ускладнювати виявлення та ліквідацію дезінформації. Відсутність жорстких правил та контролю з боку адміністрації може створювати зручні умови для безкарного поширення маніпулятивної інформації.

Для ефективного протидії дезінформації в соціальних мережах, необхідно сприяти медіаграмотності та зміцнювати механізми взаємодії між громадянами, владою та платформами. Лише таким чином можна буде долати виклики, які створює дезінформація в цифровому віці, та забезпечити стабільність інформаційного простору.

Як держава може боротися із дезінформацією сьогодні? На мою думку, державним органам влади, сьогодні потрібно виділяти значні ресурси для розв'язання цієї проблеми, адже сьогодні війна з росією ведеться не тільки на фронті, а й в інформаційному просторі.

Уряди повинні активно сприяти інформаційній грамотності та підтримувати надійну професійну журналістику у своїх суспільствах. Індустрія новин повинна приділяти пріоритетну увагу забезпеченню якісної журналістики, щоб відновити довіру громадськості та протидіяти фейковим новинам та дезінформації, не перевіряючи їх. Технологічні компанії повинні інвестувати в інструменти для виявлення фейкових новин, зменшення фінансових стимулів для тих, хто отримує прибуток від дезінформації, і підвищення відповідальності в Інтернеті. Навчальні заклади мають розставити пріоритети у вихованні людей про новинну грамотність. Нарешті, люди повинні диверсифікувати свої джерела новин і підходити до того, що вони читають і дивляться зі здоровою дозою скептицизму.

Вже існують державні ініціативи про контроль інформації у соціальних мережах які активно підтримуються суспільством.

Майже кожен п'ятий українець (18%) вважає, що державні органи мають здійснювати цензуру в соцмережах. А загалом тією чи іншою мірою цензуру в соцмережах підтримує понад дві третини (70,4%) респондентів. Такі результати соціологічного дослідження «Всеукраїнський омнібус», проведеного дослідницькою компанією «Active Group» у січні 2021 року.

Даючи відповідь про те, чи необхідна цензура в соціальних мережах, 38,1% респондентів сказали, що цензура потрібна обов'язково, а 32,3% – що цензура можлива у виняткових випадках. 29,6% українців сказали, що цензура в соцмережах не є необхідною [4].

Тобто таке регулювання активно підтримується українським суспільством і є необхідним кроком, зважаючи на сучасні проблеми у світі та у нашій державі загалом. У підсумку, хочу зазначити, що у світі, насиченому інформацією, боротьба проти дезінформації стає критичною необхідністю, особливо для України. Важливо відновити довіру до вітчизняних ЗМІ та забезпечити контроль над інформацією у соціальних мережах. Це не лише зміцнить національну безпеку, але й сприятиме формуванню об'єктивного світогляду громадян та стабільності в інформаційному просторі. В разі активного взаємодії держави, ЗМІ, громадян та великих інтернет видань можна створити надійний механізм фільтрації інформації, що сприятиме розвитку національної інформаційної культури та збереженню нашого інформаційного простору від фейків.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Велика Українська Енциклопедія - Дезінформація — ВУЕ (vue.gov.ua)
2. Що таке дезінформація і як вона на нас впливає? <https://gwaramedia.com/shho-take-dezinformacziya-i-yak-vona-na-nas-vplivaie/>
3. Чи довіряють українці ЗМІ? - <https://activegroup.com.ua/2023/05/03/chidoviryayut-ukrainci-zmi/>
4. Із тим, що державні органи мають здійснювати цензуру в соцмережах, згоден кожен п'ятий українець - <https://activegroup.com.ua/2021/02/03/iz-tim-shho-derzhavni-organi-mayut-zdijsnyuvati-cenzuru-v-socmerezhaх-zgoden-kozhem-pyatij-ukraynec/>
5. «Сприйняття українцями вітчизняних ЗМІ» - https://activegroup.com.ua/wp-content/uploads/2021/07/210706_zmi.pdf

Ревнюк Людмила

здобувачка 4 року навчання
факультету управління персоналом, соціології та психології
*Київський національний економічний
університет ім. В. Гетьмана, Україна*

ОСОБЛИВОСТІ ВПЛИВУ СУЧАСНИХ КОМУНІКАЦІЙ НА ЕФЕКТИВНІ СОЦІАЛЬНІ ЗМІНИ

Сьогодні ми не можемо уявити ні дня без комунікації. Але у сучасному житті вона різна і її цінність збільшується. Основні особливості новітніх технологій є необмеженість до інформації. Кожна платформа охоплює «свою» цільову аудиторію і закриває певні потреби. Наприклад: якщо нам потрібно подивитися новини- це мережа Telegram.

Якщо ми хочемо створити сторінку для просування себе як особистості- Instagram.

Якщо наша ціль суто просування себе як спеціаліста, наукові роботи, статті- Facebook. Тобто вже наперед закладено те, як і де ми можемо впливати на аудиторію, а саме головне на кого і до якого результату нас це призведе.

Важливою комунікацією у сучасних умовах є телеграм-канали, які оперативно надають інформацію, ми читаємо новини, реагуємо на них і довіряємо певним джерелам. Під час війни це вже щоденна звичка перевіряти канали та стежити за подіями в країні. На мою думку, більшість мають “свої” джерела, перевірені канали, де вони читають стрічку новин. Тобто, комунікація через соцмережі є важливим інструментом сучасності, що дозволяє бути на зв'язку щодня, а тим паче у сьогоднішні часи, таким чином можна налагоджувати довіру між державою та громадянами, сповіщаючи їх про події, зміни в

країні і навіть залучаючи їх до прийняття надважливих рішень. Таким чином "Пульс тижня" є прикладом постійної взаємодії з суспільством. Адже постійна комунікація і робота з аудиторією на важливі теми, скандали, події, які відбуваються у нас в країні.

Щодня відбувається багато подій, які обговорюються суспільством і вони так чи інакше впливають на нас.

Однією з останніх тем, які обговорюють громадяни став відбір на "Євробачення". В інтернеті були висвітлені новини, що це "дуже дорого" приймати участь у конкурсі, що ці кошти потрібні зараз нашій країні. "Пульс тижня" № 5 оприлюднив результати опитування щодо того "Чи потрібно під час війни брати участь у таких конкурсах як Євробачення"? 27% респондентів вважають, що "швидше потрібно" приймати участь, 25,4% обрали, що "швидше не потрібно", 23,7% обрали варіант, що "категорично не потрібно", тобто результати розділились майже порівну, адже 16,5% респондентів вважають, що "дуже потрібно" брати участь у цьому конкурсі. На мою думку, така участь може мати як і позитивний, так і негативний аспекти. Тому це викликає спірні питання. Адже це може служити важливими засобами для культурного обміну підсилення зв'язків між країнами, а також можливість донести, розповісти через культуру події, складні часи країни. Але є інша сторона, яка може викликати негативні реакції, що це "дорого", "не на часі" та дані ресурси слід спрямовувати на інші важливі справи. Тут залежить все від пріоритетів країни. Тому це скандальна тема, яка потребувала уваги.

Також було висвітлено питання "Чи підтримуєте Ви ідею голосувань на національних творчих конкурсах через "Дію"?". Так як для українців це "нормальна" практика використання додатку, тому багато хто вважає це зручною платформою. 29,3% респондентів вважають, що "так, повністю" і також 29,3% не підтримують таку ідею. Продюсер Нацвідбору-2024 В.Завадюк заявив, що фальсифікації у такому додатку бути не повинно. Інші респонденти, а саме 26,3% обрали те, що "так, але цей додаток для інших питань", тобто вони вважають його не "для всього" і 15,1% обрали варіант "важко відповісти". Додаток "Дія"- це портал, де можна отримувати онлайн послуги зручно та оперативно, це додаток, де є всі документи у одному місці.

Насправді, щороку національний відбір відбувається як шоу. Тобто без скандалів, інтриг не обходиться, бо аудиторії цікаве саме шоу, тому і виникають думки, що Євробачення- це про рекламу, піар. Ще підтверджує цей факт те, що зазвичай їдуть "молоді" артисти, навіть не дуже відомі чи популярні представляти свою країну і таким чином після конкурсу стають відомими зірками. Тому на питання "Євробачення- це конкурс творчості чи реклами та піару"? респонденти (46,2%) обрали варіант, що "більше реклами та піару", 25,3% обрали "виключно реклами та піару", тобто більшість українців

вважають Євробачення як конкурс для того, щоб стати популярним та “пропіаритися”. 16,1% обрали “більше творчості”, а тільки 5% вважають, що “виключно творчості”. Тут дійсно важливі пріоритети країни, адже перемога у конкурсі чи просто участь не вирішують проблем, які відбуваються у країні, тому можуть викликати більше негативних реакцій у суспільстві. Тому опитування “спілкування” з респондентами дає нам можливість зрозуміти реакції, потреби та думку громадян. Таким чином держава може “згладжувати” рішення, щоб було менше конфліктогенів.

Комунікація в сучасному світі є ключовою для впливу на зміни у суспільстві, оскільки вона дозволяє обмінюватися ідеями, створювати спільне розуміння та об'єднувати людей навколо спільних цілей. Це сприяє мобілізації та формуванню громадянської свідомості, що може вести до позитивних змін у суспільстві.

Сміюха Альона

здобувачка 4 року навчання
факультету управління персоналом, соціології та психології
*Київський національний економічний
університет ім. В. Гетьмана, Україна*

ЛЕГАЛІЗАЦІЯ МЕДИЧНОГО КАНАБІСУ

Легалізація медичного канабісу – це спірна, але водночас постійно «впливаюча» і актуальна тема, відношення до якої постійно змінювалось.

Вирощування конопель на території України практикувалося з незапам'ятних часів. Рослини використовували в культових цілях: описуючи звичаї причорноморських скіфів, давньогрецький історик Геродот згадував про ритуальне паління конопель скіфськими воїнами. Напередодні битви кочівники збиралися в намет і кидали висушені квітки на розпечене каміння, вдихали ароматні випари для подолання втоми і страху перед боєм. У СРСР коноплярство, як і інші галузі сільського господарства, поставили на наукову основу: 1931 року в Глухові (Сумська область) було засновано Інститут луб'яних культур. Поки в США розгорталася розгромна кампанія проти коноплярства, радянські селекціонери створювали високоврожайні сорти конопель, які забезпечили Радянській республіці світове лідерство у постачанні технічного волокна, джуту та канатів, а для внутрішніх потреб вироблялося конопляне масло. Єдина конвенція про наркотичні засоби, ухвалена ООН 1961 року, забороняла обробіток конопель, проте радянські правителі не прагнули знищити досягнення кількох поколінь коноплярів. Під час ратифікації конвенції 1963 року Президія Верховної Ради СРСР зробила низку застережень, які дали змогу врятувати галузь, а НДІ

луб'яних культур отримав завдання вивести ненаркотичні сорти технічних конопель. Проте з часом все рівно коноплярство зазнавало занепаду, але не зникало. [Даан Ч., 2023].

Не вийде проаналізувати відношення до легалізації саме медичного канабісу в різні епохи і культури, оскільки для використання в медицині в Україні він був заборонений, оскільки не було ґрунтовних досліджень на цю тему, через наявність великої кількості хімічних сполук, які тим чи іншим чином впливають на психіку людини, які треба було вивчати, але зараз це вже «більш вивчена рослина», якій можна певною мірою довіряти, судячи з історії, наші предки ще давно відчули позитивну дію цієї рослини.

Стосовно ж хімічних сполук, то в нинішні часи уже існують деякі результати наукових досліджень, підтверджуючих ефективність медичного канабісу в лікуванні больових синдромів, але ґрунтовно вони тривають до сих пір. Наприклад: дослідження науковця В.О.Усенко і його робота: «Сучасний стан доказової бази ефективності використання сполук канабісу в медичній практиці» або Abrams D.I., Couey P., Dixit N. et al. (2020) Effect of Inhaled Cannabis for Pain in Adults With Sickle Cell Disease. Попри усім відомому сполуку в канабісі, під назвою «ТНС», яке і викликає усі ці «піднесені стани», існує ще така складова, яка має назву «CBD», вона міститься в конопляному маслі, і вже котрий рік продається цілком легально, оскільки чинить лише дії заспокоєння, зменшення тривожності, кращого сну. Уже існують кав'ярні і продаються лимонади з додаванням CBD. На мою думку, це слугувало початковим етапом для сприйняття легалізації медичного канабісу, як нормального, навіть враховуючи, що це масло в основному відоме молодому поколінню, можливо, одного CBD було б достатньо і надалі, проте не для людей зі складнішими проблемами. Я вважаю, що закон про легалізацію медичного канабісу розглядався і вже цього тижня повністю був прийнятий з метою допомоги військовослужбовцям легше переносити травми, як фізичного так і психічного характеру, оскільки, з мого власного досвіду спілкування з фармацевтами стосовно даної теми, мені відомо, що у меншій кількості медичний канабіс слугуватиме як заспокійливе, якщо інші пігулки не допомагають, а у більшій – як сильний обезболюючий препарат, і тому я вважаю таку легалізацію доречною. І ще позитивом може слугувати поява нових робочих місць, зріст ринку і чималий податок державі за такий бізнес, але якщо все це буде створюватись у нашій країні, а не завезення імпортованих препаратів.

Що стосовно громадської думки на цю тему? Було проведено дослідження стосовно легалізації медичного канабісу, яке здійснено компанією «Active Group» за допомогою онлайн-панелі «SunFlower Sociology», яке проводилось періодично з липня 2023 по січень 2024 року, яке показало, що громадська думка майже не змінювалась і тримала позитивну

динаміку аж до моменту повного прийняття закону у лютому 2024 року, який вступить у дію впродовж 6 місяців [Андрейшина Н., 2024].

Чи підтримуєте ви ідею легалізації медичного канабісу в Україні?



Рис. 1 Чи підтримуєте Ви ідею легалізації медичного канабісу в Україні?

Чи підтримуєте ви ідею легалізації рекреаційного канабісу в Україні?



Рис. 2 Чи підтримуєте Ви ідею легалізації рекреаційного канабісу в Україні?

Стосовно результатів на питання рекреаційного канабісу, на мою думку, тут трохи менший відсоток відповідей «так»/«скоріше так», і трохи більше нейтральних і відповідей «ні»/«скоріше ні» у порівнянні з результатами на питання про медичний канабіс, оскільки люди могли бути менше обізнаними стосовно самого поняття рекреаційного канабісу, або навпаки знають, що він не може бути застосований з терапевтичною ціллю, оскільки має певний рівень ТСН.

Для більш ширшої картини доречно буде проаналізувати досвід інших країн, наприклад візьмемо США, де легалізовано медичний канабіс і є певні результати, щоб оцінити її вплив на структури. І США має три кейси: розфокусування суто медичного застосування, нові ризики і горизонти для фермерів та чорний ринок. Перед США гостро

стоїть проблема чорного ринку марихуани. Відсутність сертифікації та контролю якості призвели до госпіталізації американців, котрі купили марихуану у формі рідини для вейпінгу на чорному ринку. Подібна ситуація може трапитися й в Україні, адже держава взагалі не контролює ринок електронних сигарет. Саме нелегальні рідини для вейпінгу з високим вмістом ТГК призвели до раптового спалаху легеневих хвороб у США цього літа. [Шелепова І., 2019].

Фактично, США могло успішно вести цю політику, проте через величезні податки і жорстку регуляцію, легальні виробники не змогли втримати бізнес проти чорного ринку, який, як відомо, у США значний, бо там канабіс в цілому легальний, проте з певними обмеженнями і є випадки летальних випадків через те, що люди на чорному ринку придбали неякісну продукцію.

Як висновок, хочу зазначити, що досвід США не може бути стовідсотково показовим для України, оскільки там інший менталітет, інші закони і т.д., проте він має бути на увазі. Оскільки в Україні закон уже прийнято, то судячи з досвіду США, за ним повинен бути жорсткий контроль, тоді легалізація медичного канабісу нестиме позитивні результати і використовуватиметься за призначенням, з дотриманням усіх норм. А також варто враховувати, що наукових досліджень стосовно ефективності і впливу на організму медичного канабісу – мало, тож варто бути обережнішим.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ:

1. Даан Ч. Канабіс в Україні – закони, використання та історія URL: <https://duda.com.ua/ua/kanabis-v-ukrayini-zakony-vykorystannya-ta-istoriya/> .
2. Андрейшина Н. Пульс тижня: 06 – 12 січня 2024 року URL: <https://activegroup.com.ua/2024/01/15/puls-tizhnya-06-12-sichnya-2024-roku/> .
3. Шелепова І. Легалізація коноплі: сирій ринок – чорні перспективи URL: <https://life.pravda.com.ua/columns/2019/10/30/238718/> .

Наукове видання

**ТРАДИЦІЇ ТА НОВАЦІЇ У РОЗВИТКУ СУЧАСНОЇ СОЦІОЛОГІЧНОЇ НАУКИ:
ДОСЛІДЖЕННЯ МОЛОДИХ ВЧЕНИХ**

*Збірник матеріалів V Всеукраїнської науково-практичної конференції студентів,
аспірантів та молодих вчених*

22 лютого 2024 року (м. Київ)

Відповідальний за випуск

Халіков Р.Х.

Комп'ютерна верстка

Горбов В.В.

Єрескова Т.В.

Чайка В.Г.

Дизайн обкладинки

Горбова Ю.С.

Видавець

ФОП Халіков Руслан Халікович,

Св. № ДК, № 5346 від 17.05.2017

e-mail: halikoff@gmail.com