

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
КИЇВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ЕКОНОМІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
імені ВАДИМА ГЕТЬМАНА**

Факультет управління персоналом, соціології та психології

**ЗБІРНИК ДОПОВІДЕЙ
Ювілейної 90-ї щорічної студентської наукової конференції
«ІННОВАЦІЙНІ ПРОЄКТИ
ДЛЯ ПІСЛЯВОЄННОГО ВІДНОВЛЕННЯ
ТА РОЗВИТКУ УКРАЇНИ»**

17 квітня — 20 травня 2023 р.

УДК 334.7:330.341.1](06)
I-66

Відповідальна за випуск:

Василик Алла Володимирівна

*Рекомендовано до друку Науково-експертною радою КНЕУ імені Вадима Гетьмана
Протокол № 4 від 18.05.2023 р.*

Інноваційні проєкти для післявоєнного відновлення та розвитку України
I-66 [Електронний ресурс] : зб. доп. Ювілейної 90-ї щорічної студентської наукової конференції, 17 квітня — 20 травня 2023 р. — Київ, КНЕУ, 2023. — 219 с.
ISBN 978-966-926-449-7

Збірник тез студентів університету укладено за підсумками їх досліджень, представлених на науковій конференції КНЕУ 17 квітня — 20 травня 2023 р. Доповіді студентів присвячено перспективам розвитку інноваційних процесів в Україні, глобалізаційним тенденціям в економіці, сучасним особливостям міжнародної конкурентоспроможності країн світу, новітнім підходам у менеджменті і маркетингу, економіці праці і соціальному забезпеченню, розвитку фінансової сфери, правовому забезпеченню інноваційного розвитку економіки України. Розглянуто питання щодо застосування кількісних методів та інформаційних технологій в економічних дослідженнях.

УДК 334.7:330.341.1](06)

*Розповсюджувати та тиражувати
без офіційного дозволу КНЕУ забороняється*

ЗМІСТ

ФАКУЛЬТЕТ УПРАВЛІННЯ ПЕРСОНАЛОМ, СОЦІОЛОГІЇ ТА ПСИХОЛОГІЇ

КАФЕДРА ПЕДАГОГІКИ ТА ПСИХОЛОГІЇ

ПЛАТФОРМА ІННОВАЦІЙНІСТЬ ТА ВІДПОВІДАЛЬНІСТЬ ЯК ОРІЄНТИРИ РОЗВИТКУ ОСОБИСТОСТІ В КРИЗОВИХ УМОВАХ СЬОГОДЕННЯ

Секція 1. Освітній простір в кризових умовах сьогодення

Корнобай Ю.М.

Формування творчого потенціалу здобувачів професійної освіти засобами ігрових технологій8

Кугай Є.О.

Емпіричне дослідження стилей гумору студентської молоді в умовах війни9

Мельник М.В.

Соціально-психологічні особливості автономності особистості в юнацькому віці 11

Сокол І.А.

Особливості та інструменти розвитку економічного мислення здобувачів вищої освіти в умовах глобальних загроз: український досвід 13

Степанюк О.О.

Психологічні чинники мотивації до кар'єри в ранньому молодому віці 16

Секція 2. Соціально-психологічні детермінанти психологічного благополуччя молоді в умовах воєнного стану

Демчук В.А.

Організаційна культура торговельних компаній: типи та сили розвитку 19

Єрмоменко М.С.

Зв'язок між рівнем прояву лідерських якостей та соціально-психологічними особливостями студентів 21

Негода К.В.

Психологічні особливості фінансової поведінки персоналу ІТ-компанії 24

Нос А.В.

Особливості соціально-психологічної адаптації студентів в умовах війни 25

Усенко К.Т.

Депресивні стани особистості та особливості їх проявів в період після річниці війни в Україні 27

Фарфур М.В.

Шляхи оптимізації психологічного благополуччя особистості в умовах війни 29

Чайковська Ю.К.

Характерологічні чинники соціальної фрустрованості працівників рекламних агентств 31

Шевченко Є.Ю.

Соціально-психологічні детермінанти психологічного здоров'я молоді в умовах воєнного стану 33

Яроцька К.В.

Індивідуально-психологічні детермінанти вибору студентами рольових позицій в групі 35

Секція 3. Особистісна стійкість: відповідь викликам життя

Алексіна Н.Ю.

Прояви дитячої травми та психологічна гнучкість економічно активної молоді: теоретичні засади 39

Береженна О.Ю.

Резильєнтність як важлива особистісна властивість подолання стресу в умовах військових дій 40

Бригадира А.О.	
Особистісні чинники глибинної готовності до пробачення	42
Гончар О.А.	
Чинники, що впливають на прийняття рішень персоналом організації	45
Домославська Ю.П.	
Вплив життєстійкості на психологічну саморегуляцію особистості	47
Жук Л.С.	
Чинники психологічного благополуччя людей похилого віку.....	49
Коваль Д.А.	
Домінуючі емоції молоді на тлі тривалої стресової ситуації (повномасштабної війни на території України).....	51
Кравчук В.В.	
Сучасний стан розробки проблеми соціальної тривожності в психології	53
Шерстюк Ю.Л.	
Прояв резильєнтності осіб, які перебувають у хронічному стресовому стані.....	55
Секція 4. Прикладні аспекти розвитку адаптивного потенціалу особистості в умовах тривалої стресової ситуації	
Антонюк Т.С.	
Ціннісні аспекти психологічної гнучкості зайнятої молоді	57
Березка С.В.	
Психологічні особливості адаптації малої групи українців через рік проживання в Австрії	59
Герасимова Т.В.	
Розвиток критичного мислення за допомогою навчальних ігор	62
Кононенко Т.В.	
Методики дослідження психологічного благополуччя осіб зрілого віку	64
Оранська Б.Г.	
Теоретичні аспекти зв'язку метакогніцій та організаційної слухняності працевлаштованих осіб	65
Остапенко К.О.	
Самоактуалізація як фактор запобігання виникненню синдрому емоційного вигорання у студентів	67
Солонько А.М.	
Зв'язок прийняття рішень з особистісними та метакогнітивними аспектами	69
Тимошенко Д.О.	
Прикладні аспекти сучасного психоаналізу	71
Федоренко Д.І.	
Вплив організаційної тривожності на ефективність праці	73
Швець Є.О.	
Особливості впливу батьківського виховання на асертивність особистості в юнацькому віці	75

КАФЕДРА СОЦІОЕКОНОМІКИ ТА УПРАВЛІННЯ ПЕРСОНАЛОМ

ПЛАТФОРМА СОЦІОЕКОНОМІЧНИЙ ВЕКТОР ВІДБУДОВИ УКРАЇНИ

Абрамова Д.А., Шевчук О.В.	
Ефективність використання аутсорсингу -міжнародний досвід	77
Азовцева К.С.	
Smart-технології як ефективний спосіб постановки цілей та оцінювання результатів роботи персоналу	79
Азовцева К.С.	
Організація онбордингу в умовах дистанційного режиму роботи.....	80
Вагіна Т. С.	
Навчання персоналу: визначення напрямів на основі моделей компетентностей.....	83

Ващук А.А. Формування безпечного середовища організації в нових соціоекономічних реаліях	86
Вознюк Н.Ю. Підтримання соціально-психологічного клімату організації в умовах викликів війни	88
Гончарук Ю.О. Інноваційний розвиток менеджменту персоналу в післявоєнний період	90
Грищенко А.В. Формування системи мотивації на підприємствах будівельної сфери	91
Давидюк І.В. Сутність соціального аудиту як інструменту соціального розвитку підприємства.....	92
Загребельна Д.Р. Соціальне підприємництво в Україні у період воєнного часу	95
Загребельна Д.Р. Значення менеджменту якості в контексті розвитку соціальних підприємств.....	96
Заколюдажний В., Бабін С.М. Згуртованість як основа розвитку громади.....	98
Козлов Д. О., Бабін С.М. Якість життя населення України в сучасних реаліях	100
Кокша Д.О. Сучасні моделі управління бізнесом в контексті удосконалення менеджменту персоналу	102
Колісніченко І.І. Сучасні тренди добору персоналу та рекрутингу	103
Коростіна Л.О. Запобігання професійному вигоранню персоналу організації в умовах війни	104
Курило А.М. Емоційний інтелект та його вплив на ефективність віддалених команд	106
Латушко О.Д. Вплив діджиталізації на розвиток менеджменту персоналу	109
Малиновський О.Г. Сучасна практика надання соціального пакета персоналу підприємств.....	111
Маслюк Є.В. Сорсинг-стратегії добору фахівців для аудиторських компаній.....	113
Овсянников Д. П. Відродження південно-східних регіонів України на основі соціально-історичного досвіду.....	115
Осика І.Л. Капіталізм стейкхолдерів як сучасний концепт вдосконалення соціально відповідальних практик бізнесу	116
Паламарчук М.С. Соціально-психологічна підтримка персоналу компаній в період воєнного стану.....	118
Паращук Є.Ю. Цифрова компетентність: основні тенденції розвитку та оцінювання її рівня.....	120
Паращук Є.Ю. Вплив глобальних HR-трендів на корпоративні системи навчання персоналу	124
Паращук Є.Ю. Можливості надсучасних систем автоматизованого рекрутингу в реаліях сьогодення.....	126
Рубель К. О. Особливості застосування методу «360 градусів» у сучасних організаціях.....	128
Стріленко Ю.О. Бренд роботодавця: пріоритети та програма розвитку	130
Суйва Є. І. Роль інструментів недержавного пенсійного забезпечення в післявоєнному відновленні в Україні.....	132
Табідзе Я.К., Кисіль К.О., Черніков А.Д. Ефективне управління персоналом: роль HRM-систем та особливості їх використання на прикладі SAP SuccessFactors	134

Шуляк К.В.

Психологічні інструменти управління персоналом..... 137

Яковук Р.С.

Пріоритетні напрями розвитку соціальної сфери в період відновлення України..... 140

КАФЕДРА СОЦІОЛОГІЇ

ПЛАТФОРМА

СОЦІАЛЬНО-ІНФОРМАЦІЙНІ ДЕТЕРМІНАНТИ

ПІСЛЯВОЄННОГО ВІДНОВЛЕННЯ ТА РОЗВИТКУ УКРАЇНИ

Секція 1. Рушійні сили та суб'єкти суспільного розвитку: індивід, соціальна група, соціальна спільнота, соціальні інститути

Onishchuk I.I.

International student societies as a means of developing students' leadership potential 142

Байбарза М.

Сучасні тенденції розвитку сім'ї в Україні..... 143

Гранд О.

Міфологізація соціально-економічних процесів як показник стану нестабільності сучасного українського суспільства..... 145

Гришко К.

Театральність повсякденного життя на основі драматургічної теорії І. Гофмана..... 147

Кошелап К.

Вплив соціальних медіа на формування громадської думки 148

Красновид Р.В.

Місце людини в епоху сучасних технологій..... 150

Кроха Д.І.

Роль медіа у соціокультурному просторі: інтеграційний потенціал..... 152

Молоціян В.

Стадіальна позиція соціуму як підґрунтя формування «здорового» медіапростору індивіда 154

Нікітенко В.Р.

Філософія війни та миру: пошук гармонії у післявоєнній Україні 157

Проніна П.

Формування національного медіапростору в умовах інформаційної війни 158

Різник М.

Формування соціального іміджу «селебриті» в умовах кризових викликів сучасності..... 160

Семко В.

Вплив соціальних мереж на формування особистості..... 162

Скворцова Д.

Соціальне партнерство як рушійна сила економічного розвитку 164

Соломянюк Д.

Особистість як суб'єкт соціально-культурної взаємодії 166

Штільгойз О.Л.

Роль менеджерських систем комунікації в успішному післявоєнному відновленні бізнесу України..... 168

Секція 2. Філософія як культура критичного мислення та людський капітал в розвитку України

Бабіченко А.О.

Чи існують етично виправдані маніпуляції свідомістю?..... 170

Бригадир Г., Кабак Д.

«Чистилище» у сакральній космології Данте Аліг'єрі 172

Валікова В.А.

Роль ксенофобії у суспільному житті 173

Коксюк О.В.	
Смисложиттєві цінності	176
Красновид Р.В.	
Місце людини в епоху сучасних технологій.....	178
Крикунова А.	
Походження моралі	179
Кузюра М.Ю.	
Маніпулятивний вплив на суспільну свідомість в ході становлення держав	182
Середа С.В.	
Біаси в стійко відтворюваних помилкових уявленнях (на прикладі астрології)	184
Снігур А.Є.	
Соліпсизм.....	186
Федорченко Д.Ю.	
Соціальні наслідки розробок у галузі штучного інтелекту	189
Секція 3. Тенденції та перспективи української журналістики	
в період російсько-української війни та відбудови	
Бухаріна Д.А.	
Інструментарій фактчекінгу як прикладної технології протидії дезінформації та фейкам в умовах війни	191
Глуценко Н.К.	
Штучний інтелект Chat GPT як інструмент нових можливостей у роботі бізнес-журналіста	194
Голод М.А.	
Свобода слова і безпека журналістів під час війни	196
Гончарова С.Д.	
Принципи створення особистого бренду агрожурналіста в інформаційному просторі	198
Дьомін Д.І.	
Формати тревел-блогу: просування, технології залучення аудиторії, формати журналістської роботи (на матеріалі блогу Антона Птушкіна)	200
Жолондівська І.В.	
Ділова журналістика в умовах війни: ключові тенденції та виклики	203
Купрієнко А.К.	
Інструментарій створення воєнного репортажу: традиції та новації під час повномасштабного вторгнення	205
Мартинчук К.	
Особливості відображення ринку автомобілів українськими бізнес-медіа	208
Семенченко П.	
Трансформаційні процеси в сучасній діловій медіаіндустрії.....	210
Сусла Д.О.	
Стандарти журналістики при висвітленні кримінальної тематики	212
Хайрулін Д.Ю.	
Роль дизайну у візуалізації продукту для бізнес-журналістики.....	213
Хімірі М.Г.	
Плагіат як соціокомунікативна проблема: відображення в медіа	215
Цапліна Я.А.	
Висвітлення медіа соціальних проблем	217

**ПЛАТФОРМА
ІННОВАЦІЙНІСТЬ ТА ВІДПОВІДАЛЬНІСТЬ ЯК ОРІЄНТИРИ РОЗВИТКУ
ОСОБИСТОСТІ В КРИЗОВИХ УМОВАХ СЬОГОДЕННЯ**

Секція 1. Освітній простір в кризових умовах сьогодення

Корнобай Ю. М.

«Економічна та бізнес-освіта», 4 курс

*Київський національний економічний університет
імені Вадима Гетьмана*

*Науковий керівник — д.пед.н., професор, професор кафедри педагогіки та психології
Кулалаєва Н. В.*

**ФОРМУВАННЯ ТВОРЧОГО ПОТЕНЦІАЛУ ЗДОБУВАЧІВ ПРОФЕСІЙНОЇ
ОСВІТИ ЗАСОБАМИ ІГРОВИХ ТЕХНОЛОГІЙ**

Останнім часом проблема формування творчого потенціалу особистості набуває все більшої актуальності, зокрема у здобувачів професійної освіти. Це пов'язано з потребою всебічного розвитку учнівської молоді, підготовки її до реальної професійної діяльності в умовах невизначеності та швидких змін на ринку праці. Саме тому, швидка адаптивність, креативність, уміння генерувати ідеї та подивитися на ситуацію з різних сторін, здатність вирішувати професійні проблеми та приймати правильні рішення сьогодні є найзатребуванішими серед гнучких навичок у випускників закладів професійної освіти. З огляду на це, не викликає сумніву необхідність формування творчого потенціалу в здобувачів професійної освіти, зокрема засобами ігрових технологій.

Результати аналізу науково-педагогічної літератури, присвяченої вивченню питань, пов'язаних з поняттям творчого потенціалу, його структурою та формуванням у здобувачів освіти, дали можливість зробити відповідні висновки.

По-перше, це поняття розглядають «як якість, властивість, комплексну характеристику особистості, що має інтегративний, системоутворюючий характер; пов'язують ... з можливостями особистості у творчій самореалізації, творчими силами, з готовністю до творчої діяльності, творчою активністю, творчими здібностями, творчою унікальністю, потенційною креативністю» [1, с. 14]. Нам імпонує таке визначення цього поняття: інтегративна системна якість особистості, що ґрунтується на знаннях, уміннях, психічних якостях особистості (креативності, мотивації, установці на творчу діяльність), що за умови високого рівня їхнього розвитку та взаємозв'язку, сприяють активній професійно-творчій трансформації особистості та перетворенню середовища, що її оточує [2, с. 125].

По-друге, до структурних компонентів творчого потенціалу відносять «можливості суб'єкта, які ще не розвинулися у творчі здібності; власне творчі здібності; внутрішні (суб'єктивні) можливості, що активізують реалізацію творчих здібностей; характер впливу суб'єкта, тобто рівень активності, стиль діяльності» [3, с. 22].

По-третє, серед складників формування творчого потенціалу в здобувачів освіти виокремлюють [1, с. 15]:

- мотиваційний, інтелектуальний, емоційний, вольовий (О. Попель);
- мотиваційний, змістовний, процесуальний, емоційно-вольовий, рефлексивний (Л. Веретеннікова);
- мотиваційно-ціннісний, креативний, когнітивний, рефлексивно-оціночний (Г. Ялмурзіна);
- емоційно-мотиваційний, когнітивний, діяльнісний (Т. Криво);
- ціннісний, когнітивний, діяльнісний (Н. Мартишина);
- когнітивно-креативний, мотиваційно-вольовий, діялісно-рефлексійний (О. Варгата, О. Кулешова, Л. Міхеєва).

Узагальнюючи подані ідеї, до складників формування творчого потенціалу в здобувачів професійної освіти, на нашу думку, доцільно віднести: когнітивно-креативний (знання, що дають можливість розуміти та структурувати професійні проблеми, дивитися на них з різних сторін і знаходити нестандартні рішення для їхнього вирішення, генерувати нові ідеї, а також добирати найбільш доцільні з них), мотиваційно-вольовий (мотивація до творчої діяльності, спрямованість на досягнення її мети та вимогливість до результатів, орієнтація на творчу активність), суб'єктно-діяльнісний (усвідомлення власного творчого потенціалу, необхідності самореалізації і саморозвитку, уміння розв'язувати професійні завдання оригінальними способами) та особисто-рефлексивний (розвинені креативне та критичне мислення, творча уява, образність і асоціативність мислення, інноваційність, емпатія, здатність до саморегуляції та самоконтролю, самостійність, наполегливість, впевненість, здатність до самооцінювання та самоаналізу).

Зважаючи на наведені складники творчого потенціалу, варто зазначити, що найдоцільнішими для його формування у здобувачів професійної освіти є ігрові технології навчання. Саме ці технології мають конкретну мету навчання, заздалегідь визначений педагогічний результат і навчально-пізнавальну спрямованість [4, с. 289]. За допомогою дидактичних ігор здобувачі професійної освіти можуть: зануритися у змодельоване професійне середовище, вийти за межі реальних ризиків і страху помилок, уявити відповідні виробничі ситуації та відпрацювати різноманітні способи фахової діяльності.

Отже, такий ігровий навчальний формат сприятиме усвідомленню здобувачами професійної освіти власних можливостей та перспектив саморозвитку, віри в себе та успіх цілеспрямованої діяльності, стимулюватиме їх до навчально-пізнавальної активності та розкриття творчого потенціалу.

Література

1. Варгата О. В., Кулешова О. В., Міхеєва Л. В. Структурні компоненти творчого потенціалу особистості психолога. *Теорія і практика сучасної психології*. 2019, № 6, Т. 1. С. 13–17. DOI <https://doi.org/10.32840/2663-6026.2019.6-1.3>.
2. Ємчик О. Г. Проблема творчого потенціалу особистості в науково-педагогічній спадщині. *Педагогічні науки: теорія, історія, інноваційні технології*. 2015. № 5. С. 116–125. Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/pednauk_2015_5_16.
3. Холоденко В. О. Творчий потенціал особистості: зміст, структура та передумови успішної реалізації у мистецькій освіті. *Науковий часопис НПУ імені М. П. Драгоманова*. Серія 14. Теорія і методика мистецької освіти. Вип. 26. 2019. С. 22–28.
4. Щербань П. Застосування ігрових технологій в освіті: історія і перспективи. *Витоки педагогічної майстерності*. 2014. Вип. 13. С. 286–291. Режим доступу: <http://dspace.pnpu.edu.ua/bitstream/123456789/2938/1/Shcherban.pdf>.

Кугай Є.О.

«Психологія», 4 курс

*Київський національний економічний університет
імені Вадима Гетьмана*

*Науковий керівник — д.психол.н., доцент, професор кафедри педагогіки та психології
Креденцер О.В.*

ЕМПІРИЧНЕ ДОСЛІДЖЕННЯ СТИЛЕЙ ГУМОРУ СТУДЕНТСЬКОЇ МОЛОДІ В УМОВАХ ВІЙНИ

Гумор є важливою складовою життя людини. Ми всі знаємо, що таке гумор. Кожен з нас зустрічає його у повсякденному житті: це може бути якийсь жарт, який ви сказали у колі родини, якийсь анекдот, який ви прочитали на просторах інтернету або смішна картинка, яку

ви обговорювали з друзями. Більшість із нас має такий досвід багато разів протягом звичайного дня, бо гумор і сміх є універсальним аспектом людського досвіду, який зустрічається в усіх культурах і практично в усіх людей у всьому світі. Особливо для України сьогодення гумор є дуже важливим. Адже гумор являється тим що допомагає подолати життєві негаразди, тому українці часто використовують гумор щоб впоратися з реаліями війни.

Почуття гумору досліджували вчені Р. Мартін, В. Франкл, О. Лука, Г. Вільсон, М. Шіота та інші. Гумором називають будь-який елемент вербальної та невербальної комунікації, який створює позитивний емоційний та пізнавальний відгук в учасників взаємодії. Також аналізуючи наукову літературу можна виділити три наукові підходи, які пояснюють чому люди сміються, переживають та продукують гумор: когнітивно-перцептивний, соціально-поведінковий, психоаналітичний [3].

Когнітивно-перцептивний підхід трактує гумор як когнітивну невідповідність, неочікуваність події.

Соціально-поведінковий підхід говорить про те, що люди сміються, коли мають суттєві переваги над людиною, яка стає об'єктом сміху.

Психоаналітичний підхід розглядає гумор як засіб зменшення або звільнення від напруги.

Проаналізувавши наукову літературу, можна зазначити, що в ній описані різні психологічні функції гумору.

Г. Вільсон [2] зазначає у своїй роботі перелік основних функцій гумору і особистих, і соціальних (автором цього переліку є ізраїльський психолог Авнер Зів):

- 1) послаблення соціальних табу;
- 2) соціальний критицизм;
- 3) захист від страху та тривоги;
- 4) інтелектуальна гра;
- 5) консолідація членів групи.

Варто зазначити, що люди можуть використовувати гумор для різних цілей та по-різному у взаємодіях з іншими. Тому зараз ми розглянемо чотири стилі гумору, які виокремив Р. Мартін [1]:

- афіліативний — тенденція суб'єкта активно виявляти гумор з ціллю встановлення доброзичливих стосунків з оточуючими;
- самопідтримуючий — прагнення людини підтримувати власний оптимістичний погляд на світ у цілому і знаходити власні ресурси для подолання можливих перешкод і труднощів;
- агресивний — тенденція використовувати гумор для критики та маніпулювання іншими людьми;
- самопринизливий — реалізується як тенденція людини до глузування з себе і може переслідувати різні цілі.

Емпірична частина. Характеристика вибірки — студенти віком від 17 до 23 років; 50 % — жінки, 50 % — чоловіки; студенти КНЕУ імені Гетьмана та КНУ імені Шевченка.

Емпіричні методи: опитувальник стилей гумору (Humor Styles Questionnaire — HSQ) Р. Мартін. Методика визначає стиль почуття гумору: афіліативний, самопідтримуючий, агресивний та самопринижуючий.

Таблиця 1

РЕЗУЛЬТАТИ ДОСЛІДЖЕННЯ

стиль	відсоток
афіліативний	74 %
самопідтримуючий	14 %
агресивний	8 %
самопринижуючий	4 %

За даними таблиці можемо побачити, що 74 % опитуваних мають афіліативний стиль гумору, 14 % — самопідтримуючий, 4 % — самопринижуючий і 8 % — агресивний.

Отже, у висновку зазначимо, що гумор є дуже важливою складовою життя людей і супроводжує їх щодня. Також можна сказати, що існує п'ять основних функцій гумору: послаблення соціальних табу, соціальний критицизм, захист від страху та тривоги, інтелектуальна гра, консолідація членів групи. Основна класифікація стилів гумору належить Р. Мартіну. Він охарактеризував чотири стилі гумору: афіліативний, самопідтримуючий, агресивний, самопринизливий. Дослідження показало, що серед студентської молоді переважає афіліативний стиль гумору.

Література

1. Martin R. The psychology of humor. An integrative approach. 1st edition. 2006.
2. Wilson G. D. Psychology for performing artists. 2nd ed. London: Whurr, 2002. 276 p.
3. Щотка О., Андреева Я. Можливості та обмеження використання гумору персоналом освітніх організацій для опанування робочим стресом. *Організаційна психологія. Економічна психологія*, 2-3 (23), 2021. С. 100–107. URL: <https://doi.org/10.31108/2.2021.2.23.11>

Мельник М.В.

«Психологія», 4 курс

Київський національний економічний університет

імені Вадима Гетьмана

Науковий керівник — к.пед.н., доцент, доцент кафедри педагогіки та психології Ковалькова Т.О.

СОЦІАЛЬНО-ПСИХОЛОГІЧНІ ОСОБЛИВОСТІ АВТОНОМНОСТІ ОСОБИСТОСТІ В ЮНАЦЬКОМУ ВІЦІ

Актуальність дослідження. У сучасному періоді розвитку українського суспільства, що характеризується постійними соціально-економічними змінами, автономність особистості набуває статусу пріоритетної цінності. Актуальність дослідження автономної самостійності юнаків набуває великого значення під час формування та реалізації їхніх життєвих планів. Необхідність наукового обґрунтування місця автономності в структурі життєдіяльності людини пов'язана з розробкою системи психологічної підтримки особистісного зростання в цьому віці, тому аналіз цієї тематики має важливе прикладне значення.

Вчені вивчали проблему автономності в юнацькому віці з різних наукових позицій. Д. Марш розробив теорію процесу ідентичності у підлітків; Е. Еріксон вивчав розвиток особистості з дитинства до старості та підкреслював важливість досягнення автономності як етапу розвитку підлітка, що допомагає забезпечити самостійність та незалежність; М. Розенблатт досліджував соціальну адаптацію та ідентичність, розробив концепцію «самооцінки», яка є ключовим аспектом автономності та розвитку індивідуальності в юнацькому віці; К. Гін вивчав розвиток підлітків та підтримку їхнього фізичного та психічного здоров'я і розглядав автономію як ключовий елемент здорового розвитку підлітків; Р. Райан та Е. Деці розробили «теорію самовизначення» та виявляли вплив автономності на мотивацію та досягнення у підлітків і молоді. Вивченням автономності в юнацькому віці продовжують займатися сучасні науковці.

Юнацький вік є ключовим у формуванні особистості. У цей період відбувається процес становлення особистості, формування цінностей, моральних орієнтацій, налагодження соціальних зв'язків і самостійності. Юність — це період усвідомлення та прийняття людиною відповідальності за своє майбутнє та близьких. Це початок дорослішання, складної як внутрішньої, так і зовнішньої адаптації до життя, включаючи прийняття багатьох умовностей,

соціальних норм, статусу та моральних стандартів, які не завжди збігаються з реальними внутрішніми характеристиками людини у певній ситуації [2].

Автономність особистості — це здатність людини до самостійного вирішення проблем і прийняття рішень, незалежно від зовнішнього впливу. У юнацькому віці ця здатність стає особливо важливою. Автономність особистості є необхідною рисою здорового психологічного функціонування людини [3].

Відповідно до визначення Р. Райана та Е. Деці, автономність є важливим елементом розвитку особистості та її самовизначення, оскільки дозволяє людині стати самостійною та незалежною в прийнятті рішень та управлінні своїм життям. Ми приймаємо визначення Р. Райана та Е. Деці щодо того, що автономність — це здатність особистості до самостійності в процесі прийняття рішень, контролю дій та взаємодії зі світом [4].

Згідно з Р. Райаном та Е. Деці, автономність включає три ключові елементи:

1. самостійність в прийнятті рішень — здатність людини самостійно приймати рішення на основі власних переконань та цінностей, а не на основі зовнішнього тиску;

2. саморегулювання — здатність контролювати свої дії та регулювати свою поведінку на основі внутрішніх мотивів і цінностей, а не зовнішнього контролю;

3. самодетермінація — здатність особистості до самовизначення та самостійного визначення мети своїх дій на основі власних переконань і цінностей [4].

Аналіз теорій автономності у зарубіжній психології дає підстави зробити висновок про те, що змістовними рисами життєвого світогляду молоді, яка характеризується особистісною автономією, є орієнтація на досягнення життєвих цілей, пов'язаних із власним розвитком (особистісним і професійним), сімейними цінностями та прагненням мати та підтримувати гармонійні стосунки з іншими людьми [1].

У юнацькому віці, коли особистість формується, розвивається та стикається зі складними життєвими викликами, важливо розуміти соціально-психологічні особливості автономності.

Психологічними особливостями автономності особистості в юнацькому віці є:

1. розвиток самостійності та незалежності від батьківського контролю. У цьому віці молодь починає формувати свої власні погляди та переконання, що може призвести до конфліктів з батьками, які не завжди готові до таких змін;

2. розвиток внутрішньої мотивації та самокерованості. Молодь починає відчувати потребу в самостійному вирішенні проблем і прийнятті власних рішень, що може збільшувати їхню внутрішню мотивацію та самокерованість;

3. розвиток вміння самокритики та саморефлексії. Молодь стикається зі складними життєвими ситуаціями, що може стимулювати розвиток самокритики та саморефлексії;

4. розвиток вміння приймати ризики та відповідальність за свої дії. Молодь починає відчувати потребу в самостійному вирішенні проблем та прийнятті ризикованих рішень, що може допомогти розвивати їхню відповідальність та самодисципліну.

Соціальні особливості автономності особистості в юнацькому віці пов'язані з взаємодією особистості з оточенням та соціальним середовищем. На цьому етапі розвитку особистості стосунки з батьками, ровесниками та іншими важливими соціальними агентами набувають великої значущості для формування автономності.

Одним з основних соціальних факторів, які впливають на розвиток автономності особистості в юнацькому віці, є процес ідентифікації. Юнаки та дівчата в цьому віці активно шукають своє місце в соціальному середовищі, визначаються зі своїми ролями в різних групах, проявляють свої особливості та визначають свої цінності.

Також важливою соціальною особливістю автономності в юнацькому віці є формування незалежної позиції відносно батьків та авторитетних осіб. У цьому віці юнаки та дівчата намагаються встановити свою власну ідентичність та переконання, що допомагає їм стати автономнішими в прийнятті рішень та поведінці.

Крім того, важливим соціальним аспектом автономності в юнацькому віці є формування соціальних навичок. Саме на цьому етапі розвитку особистості формуються вміння та навич-

ки, які дозволяють їй бути успішною у взаєминах з іншими людьми, а також здійснювати свої проекти та досягати поставлених цілей.

Таким чином, стосунки між батьками та дітьми є важливою соціально-психологічною умовою успішної самостійності молодих людей. Важливими факторами є як характеристики сімейних стосунків, такі як характер і прояви батьківського ставлення, сімейні установки та очікування, батьківські установки та стилі виховання, переважаючі батьківські почуття й рівень батьківської відповідальності.

Зазначені чинники зумовлюють автономність дитини через наслідування юнаком чи дівчиною моделей конструктивної поведінки батьків за умови взаємної прихильності членів сім'ї та схвалення батьками проявів автономного вибору юнаків і молоді дівчини. Прихильність, сприяння автономності, адекватний зворотний зв'язок при здійсненні поведінкового контролю, відмова від маніпулятивного психологічного контролю є найважливішими умовами батьківського ставлення, що сприяють розвитку особистісної автономності у молоді.

Внутрішніми факторами є особистісні утворення та характеристики, особливо рівень розвитку індивідуально-типових регулятивних процесів і властивостей (планування, програмування, моделювання, оцінка результатів), позитивне емоційно-ціннісне самоставлення, оптимістичний атрибутивний стиль, внутрішній локус контролю та сформовані духовно-моральні цінності.

Отже, в юнацькому віці автономність особистості має важливе значення для забезпечення психологічного здоров'я та розвитку молоді людини. Крім того, автономність може мати вплив на формування індивідуальної ідентичності, соціальної адаптації та підготовки до дорослого життя. Однак, юнаки та дівчата можуть мати різні підходи до досягнення автономності, а також різні рівні автономності.

Література

1. Балл Г.О. Актуальні методологічні питання дослідження моралі і моральної поведінки. *Соціальна психологія*. 2007. С. 14–22.
2. Гурлева Т.С. Розвиток автономної відповідальності у підлітка: аргументи «за». *Практична психологія і соціальна робота*. № 9. 2003. С. 64–68.
3. Мельничук І.І. Соціально-психологічні особливості автономності особистості в юнацькому віці. *Молодь і ринок*. 2 (150), 2017. С. 57–61.
4. Deci E.L., Ryan R.M. The support of autonomy and the control of behavior. *Journal of Personality and Social Psychology*. N 53. 1987. Pp. 1024–1037.

Сокол І.А.

*«Економічна та бізнес-освіта», 4 курс
Київський національний економічний університет
імені Вадима Гетьмана*

Науковий керівник — к.еко.н., доцент, доцент кафедри педагогіки та психології Булавина О.А.

ОСОБЛИВОСТІ ТА ІНСТРУМЕНТИ РОЗВИТКУ ЕКОНОМІЧНОГО МИСЛЕННЯ ЗДОБУВАЧІВ ВИЩОЇ ОСВІТИ В УМОВАХ ГЛОБАЛЬНИХ ЗАГРОЗ: УКРАЇНСЬКИЙ ДОСВІД

Економічне мислення, як різновид професійного мислення фахівців економічних спеціальностей, суміжних спеціальностей, як наприклад «Економічна та бізнес-освіта» й «Економічна психологія», дозволяє здобувачам формувати та розвивати протягом всього життя загальні та професійні компетентності, пов'язані із здатностями аналізувати економічні проблеми, що можуть виникати у різних сферах життя, таких як бізнес, урядові політики, особисті фінанси тощо, генерувати нові ідеї та підходи, приймати обґрунтовані зважені рі-

шення та прогнозувати соціально-економічні наслідки для особистості, організацій та суспільства в цілому. За допомогою економічного мислення відбувається розуміння особистістю основних економічних концепцій, розвиваються навички критичного та креативного мислення, аналітичні й прогностичні навички, поглиблюється розуміння глобальних проблем та вміння практично застосувати отримані знання, здійснюється безпосередня підготовка здобувача до кар'єрного розвитку.

Важливими характеристиками економічного мислення є *аналітичність та наукова обґрунтованість* — забезпечення глибокого аналізу, точних узагальнень і висновків, критичної оцінки та ефективних рішень; наділяє людину баченням складного світу суспільного виробництва, дає змогу досягнути законів його розвитку і механізми функціонування, основні зв'язки і залежності в економіці; *системність* — забезпечення комплексного підходу до вирішення економічних проблем; *конструктивність* — спрямованість на вирішення економічних завдань та забезпечення реальних і високих результатів економічної діяльності; *прогностичність* — здатність широко підходити до вирішення економічних ситуацій, дає можливість передбачити наслідки прийнятих рішень у різних сферах; *зваженість* — уміння дієво й результативно застосовувати теоретичні положення на практиці, правильно оцінювати різноманітні економічні ситуації і вчасно приймати необхідні всебічно обґрунтовані рішення; *діловитість* — здатність енергійно та ефективно вирішувати проблеми, що виникають, уміння практично організувати певну справу, прагнення сумлінно виконувати свої обов'язки, доводити прийняті рішення до повного втілення у життя; *креативність* — здатність генерувати нестандартні ідеї, враховувати несподівані обставини, нові явища і процеси, зумовлені динамічністю економіки, НТП, рухливістю структури виробництва і потреб суспільства; *інноваційність* — здатність втілювати нові оригінальні рішення у практику професійної діяльності [1, с. 182]. Економічне мислення є корисним для будь-якої людини, оскільки допомагає приймати обґрунтовані рішення як в економічних питаннях, так і в інших сферах діяльності.

Розвиток економічного мислення має певні особливості, серед яких можна зазначити: розвиток навичок аналізу та критичного мислення, розвиток комунікативних навичок, набуття можливості отримати практичний досвід управління фінансами та ресурсами [2]. В системі освіти активно відбувається розвиток фінансової грамотності, використовуються активні методи навчання та застосовуються приклади із реального життя.

Дані особливості набули певних видозмін у зв'язку із війною в Україні, яка має колосальний вплив на систему та освітній процес в Україні. Зниження якості навчання, зміни в навчальних програмах, постійне перебування в стресовому середовищі, зменшення мобільності студентів та викладачів — це лише мала частина усіх змін, які з'явилися в нашому житті, а також вплинули на вектор розвитку економічного мислення. До особливостей розвитку економічного мислення студентів в умовах війни можна включити:

- з'явилося розуміння воєнних економічних процесів: війна може мати значний вплив на економіку країни. Студенти повинні розуміти економічні наслідки війни, такі як зміни в галузях виробництва, збройні витрати, розподіл ресурсів та економічна реабілітація після війни;

- аналіз воєнних ризиків та стратегій: студенти повинні розвивати навички аналізу та оцінки ризиків, пов'язаних із воєнним конфліктом, а також розуміти економічні стратегії, які можуть бути використані в умовах війни, такі як розвиток альтернативних ринків, диверсифікація та ефективне використання ресурсів;

- формування резервів та економічна стійкість: в умовах війни студентам можуть знадобитися знання та навички у формуванні резервів, забезпеченні стійкості економіки та ресурсів. Вони повинні розуміти, як ефективно управляти ресурсами, зберігати резерви та розвивати стратегії для забезпечення економічної стабільності;

- розвиток соціально-економічної свідомості: важливим аспектом розвитку економічного мислення у студентів в умовах війни є розуміння соціально-економічних проблем, з якими стикаються люди внаслідок конфлікту.

Розвиток економічного мислення у студентів не можливе без використання ефективних інструментів навчання. Варто зазначити декілька з них, а саме:

- введення дисциплін економічного спрямування у вищих навчальних закладах будь-якого профілю;
- розвиток навичок самоосвіти;
- участь у економічних проєктах та ініціативах;
- використання інтерактивних онлайн-ігор та тренажерів, які дозволяють відтворювати економічні процеси та досліджувати їх на практиці.

Ефективність навчання, на наш погляд, безпосередньо залежить від методичної майстерності викладача щодо вибору інструментів навчання. Зважаючи на ситуацію в країні, коли більшість університетів використовують дистанційну форму навчання, то ефективність навчання сьогодні буде напряму залежати від вміння викладача креативно комбінувати методичні інструменти традиційного, інноваційного та електронного навчання. Протягом двох останніх років за участі сумарно 210 респондентів, ми проводили опитування здобувачів Київського національного економічного університету імені Вадима Гетьмана, спираючись на результати якого можна проаналізувати ефективність викладання економічних дисциплін у КНЕУ та визначити напрями розвитку економічного мислення здобувачів вищої освіти.

По-перше, виявився факт посилення впливу викладача на навчальну мотивацію опитаних здобувачів. Для них найбільшу мотивацію до навчання здатні створити цікаві та корисні заняття (62,6 % проти 80,3 % у 2022 році), особистість викладача, його манера викладання та спілкування (51,8 проти 57,7 % у 2022 році), цікавий зміст дисципліни (43,9 проти 60,6 % у 2022 році), при тому вплив суто зовнішнього чинника: отримання диплому — спостерігається незмінним (50,4 % опитаних). По-друге, визначальними критеріями для оцінки якості освіти є такі внутрішні чинники, як «краще розуміння себе та збалансований розвиток» (64 % проти 74,6 % у 2022 році); вміння розв'язувати практичні проблеми (56,1 % у 2021 році проти 67,6 % наступного року); вмотивованість до навчання (48,9 % проти 64,8 %), вміння використовувати навіть мінімальну кількість знань (45,3 % проти 54,9 %) та обсяг знань за освітньою програмою (36 % проти 38 % опитаних здобувачів).

Для організації дистанційного навчання, за свідченням здобувачів освіти, абсолютна більшість викладачів використовує такі інструменти: додаток для відеоконференцій «Zoom» (97,1 % у 2021 році проти 100 % у 2022 році), платформа дистанційного навчання «Moodle» (84,9 % проти 90,1 %), «Telegram» (81,3 % проти 93 %), «Google Meet» (81,3 % проти 74,6 %), що можна пояснити зручністю та безкоштовністю використання. При цьому, викладачі як додаткові можливості використовують «Кімнати в Zoom» на постійній основі (100 %), чат для спілкування в Zoom (81,7 %), публікують лекційний матеріал у дистанційному курсі відповідної навчальної дисципліни на платформі Moodle (84,5 %), дають змогу здобувачам освіти виконувати модульні роботи (83,1 %) та тести для самоконтролю (73,2 %) в цьому ж додатку, використовують журнал оцінок в Moodle (76,1 %).

Позитивної динаміки набуло зрушення в 2022 році у думці здобувачів щодо питання: чи можуть дистанційні методи навчання повністю замінити викладача в аудиторії? У минулому році думки студентів розділилися майже порівну: 52,5 % вважають, що дистанційні технології можуть замінити викладача, а 47,5 % вважають протилежне (це стало можливим саме завдяки переважанню у опитуванні тих здобувачів, які ніколи стовідсотково не навчалися аудиторно, а також доволі посереднім рівнем володіння цифровою компетентністю більшості викладачів). Поточного року приваляє думка, що дистанційні методи навчання НЕ зможуть замінити викладача в аудиторії (вважає 71,8 % опитуваних), що доводить розуміння цінності викладацької діяльності та особистості викладача в освітньому процесі.

Крім того, здобувачі запропонували способи, за допомогою яких можна найкраще досягнути якісного освітнього результату (рис. 1): по-перше, завдяки цікавому, змістовому та доступному навчальному матеріалу (90,1 %), сприятливій психологічній атмосфері та комфортним умовам навчання (78,9 %), та, головне, інноваційним методикам викладання (64,8 %).



Рис. 1. В який спосіб можна найкраще досягнути якісного освітнього результату

Джерело: розроблено автором

Отже, розвиток економічного мислення у студентів є важливим аспектом їх освіти, оскільки воно допомагає зрозуміти принципи функціонування економіки та ринку, а також розвиває навички прийняття рішень, бюджетування, планування та аналізу даних. Як було продемонстровано раніше, можливостей розвитку економічного мислення є безліч. Враховуючи специфіку даного виду мислення паралельно розвивається ще велика кількість різновидів мислення: критичне, креативне, логічне, аналітичне, стратегічне, прогностичне, інноваційне тощо. Викладачі університетів в процесі навчання економічним дисциплінам здатні впроваджувати інструменти, спрямовані на розвиток характеристик економічного мислення здобувачів, оскільки в умовах глобальних загроз в Україні цей напрям є надважливим, адже щодня перед нами постають нові виклики, які потрібно долати, приймати ефективні рішення та відновлювати й розвивати економічний потенціал нашої держави.

Література

1. Bulavina O. Productive economic thinking — the basis of formation of professional competences of students of the specialty «Professional education (Economics)». *Scientific Herald of the Institute of Vocational Education and Training of the National Academy of Pedagogical Sciences of Ukraine. Vocational pedagogy: collection of researches*: 18h ed., 2019. P. 180–186. DOI: <https://doi.org/10.32835/2223-5752.2019.18/180-186>
2. Беляєв О.О., Діба М.І., Кириленко В.І., Комяков О.М., Сінельник О.В. Соціальна економіка. 2003.

Степанюк О.О.

«Психологія», 4 курс

Київський національний економічний університет

імені Вадима Гетьмана

Науковий керівник — к.психол н., доцент кафедри педагогіки та психології Ларін Д.І.

ПСИХОЛОГІЧНІ ЧИННИКИ МОТИВАЦІЇ ДО КАР'ЄРИ В РАНЬОМУ МОЛОДОМУ ВІЦІ

Кар'єра — це індивідуальні зміни позиції та поведінки, які пов'язані з досвідом роботи і всієї трудової діяльності людини.

Одне із найважливіших рішень, яке приймає людина у своєму житті, — це вибір кар'єри. В інших мовах воно отримало додаткове смислове забарвлення, так у перекладі з італійсько-

го «самега» — це біг, життєвий шлях, поприще, що наочно відображає суть кар'єрного розвитку як успішне просування в якій-небудь сфері діяльності, досягнення популярності, слави, матеріального процвітання, що напряду впливає на ментальний стан людини. Успішна кар'єра часто є результатом досягнення визначеного етапу кар'єри до визначеного віку. Люди, чиє просування по службі йде не в ногу з їх етапами життя, мають відносно низьку продуктивність у роботі і напруження у відносинах колективу [3].

Психологічні чинники мотивації до кар'єри в ранньому молодому віці є важливими аспектами розвитку і самореалізації молодих людей у професійній сфері. У цьому періоді життя формуються основні цінності, інтереси, амбіції і цілі, які визначають подальший кар'єрний шлях.

Сучасна ситуація у сфері праці та зайнятості є дуже складною і суперечливою для української молоді, хоча багато молодих людей отримали нові можливості щодо самореалізації, підвищення свого життєвого рівня. Питання становлення молодіжного сегменту ринку праці та специфіка його розвитку розкриті у працях багатьох вітчизняних науковців.

Одним з ключових психологічних чинників мотивації є ідентифікація з обраною професійною роллю. Молоді люди, які знаходяться на етапі визначення своєї кар'єрної ідентичності, часто шукають гармонію між своїми інтересами, навичками і цілями в обраній професії. Цей процес ідентифікації впливає на мотивацію до розвитку та досягнень у вибраній сфері.

Варто зазначити, що крім об'єктивних причин, які спричиняють вихід молодого працівника відразу на нелегальний ринок праці, є і багато суб'єктивних. До них, в першу чергу, належить низький рівень активності молоді не лише на ринку праці, але й при підвищенні рівня конкурентоспроможності своєї робочої сили шляхом навчання, отримання додаткових знань. Значній частині молоді наймолодшої вікової групи (15-19 років) та й більш старших вікових груп, властивий певний інфантизм та орієнтація на думку та фінансові можливості батьків чи близьких родичів; орієнтація не на здобуття конкретної спеціальності, робота за якою в подальшому має задовольнити матеріальні і духовні потреби, а лише на отримання диплома про освіту [2].

Мета дослідження — висвітлити психологічні чинники, які впливають на кар'єрний вибір української молоді.

Відповідно до результатів дослідження, проведеного Центром незалежних соціологічних досліджень «ОМЕГА» на замовлення Міністерства молоді та спорту України «Молодь України — 2017» щодо навчання, освіти, роботи та працевлаштування молоді, на нашу думку, можливо зробити висновки стосовно чинників кар'єрного вибору української молоді.

Оцінка своїх реальних можливостей, що отримує молодь разом з набутою освітою, вказує на достатній рівень задоволеності отриманими компетенціями задля їх реалізації у трудовій сфері: молоді люди вважають, що отримана ними освіта дає можливості розвиватися (54,5 %). У таб. 1 представлено розподіл відповідей молодих осіб на питання «Чи може освіта розвиватися?».

Проведене дослідження дало можливість зробити висновки.

1. Молодь — головна рушійна сила сучасного світу. Вона перебуває в центрі міжнародних, соціальних, економічних і політичних подій. Завдяки високому інтелектуальному потенціалу, мобільності та гнучкості молоді люди мають можливість впливати на суспільний прогрес, визначаючи майбутнє суспільства, держави та світового співтовариства.

2. На думку експертів, молодіжний сегмент ринку праці — найпроблемніша частка загальнонаціонального ринку праці. Пошуки першого робочого місця, невідповідність рівня та якості отриманої освіти професійним обов'язкам, відсутність досвіду роботи, невідповідність запитів молоді та пропозицій роботодавців посилюють напругу на ринку праці.

3. Аналізуючи проблеми зайнятості та безробіття молоді, можна побачити такі наслідки цифрової економіки, як зміни у змісті та організації праці, структурні зміни активного населення для зайнятих, динамічні зміни всередині категорії працівників за професійним, статевим, регіональним, національним та гендерним аспектами. Неоднозначний, а часом і супере-

чливий вплив цифрової економіки на зайнятість молоді зумовлює методологічний взаємозв'язок новітніх технологій і сфери соціально-трудова відносин. Значними негативними наслідками цифровізації економіки є нестабільність та безробіття серед молоді.

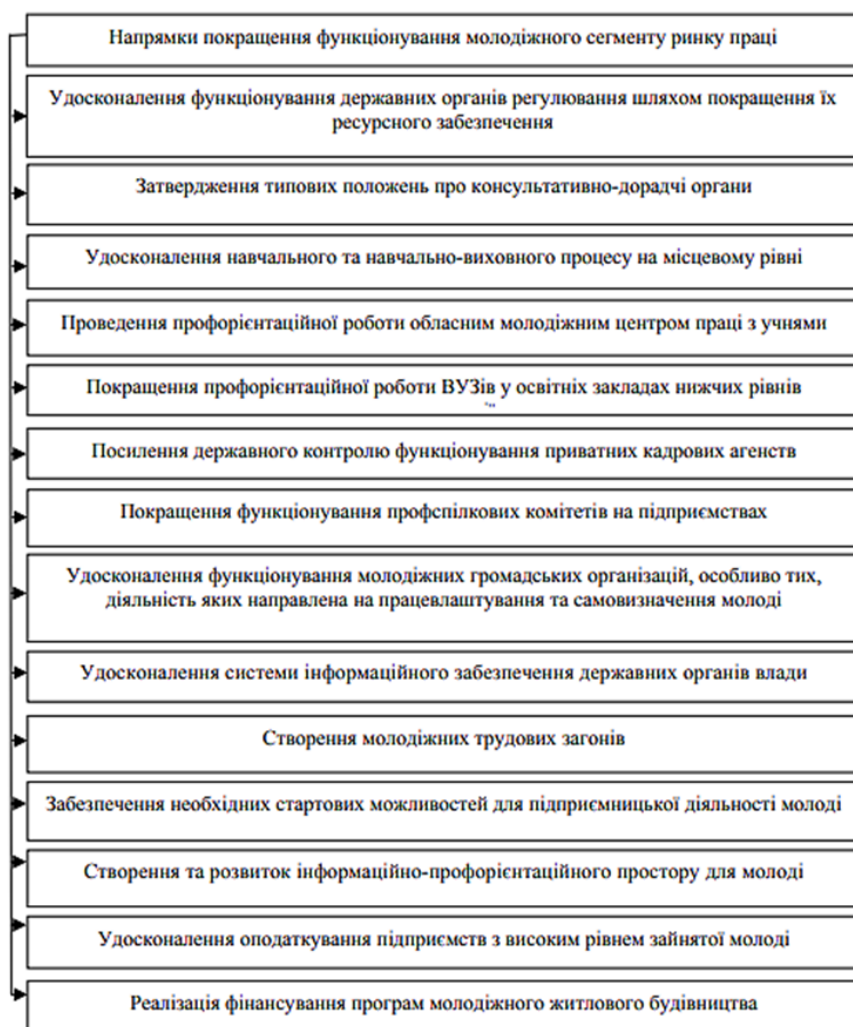


Рис. 1. Напрямки покращення функціонування молодіжного сегменту ринку праці в Україні [1]

Таблиця 1

ВІДПОВІДІ НА ПИТАННЯ «ЧИ МОЖЕ ОСВІТА РОЗВИВАТИСЯ?»

Варіанти відповіді	Відсоток
Повною мірою дає можливості розвиватися	31,0
Скоріше дає можливості розвиватися, ніж ні	23,5
Скоріше не дає можливості розвиватися, ніж дає	16,6
Взагалі не дає можливості розвиватися	14,6
Важко відповісти	14,3

4. В умовах сучасності у напрямку державного регулювання молодіжного ринку праці на загальнодержавному та регіональному рівнях проводиться активна робота щодо підвищення рівня конкурентоспроможності молоді, подолання тінізаційних тенденцій на ринку праці. Це

функціонування молодіжних центрів праці; формування оновленого законодавства; реформа служби зайнятості в Україні тощо.

5. Актуальною перспективою самореалізації особистості, її професійного формування є розвиток кар'єрних нахилів. Особливо це важливо для студентської молоді. Кар'єрні орієнтації постають як більш конкретизована стратегія самореалізації молодої людини. Одним із важливих аспектів професійного розвитку є свідоме планування кар'єри. Для того, щоб успішно реалізовувати свій потенціал у кар'єрі необхідно правильно обрати професію, враховуючи власні інтереси й очікування. Саме тому, у наукових дослідженнях останнім часом зростає зацікавленість питанням кар'єрного орієнтування молоді. Ця проблематика в більшій мірі досліджується зарубіжними авторами.

6. На професійне визначення й становлення особистості впливає чимало факторів, як зовнішніх, пов'язаних з умовами середовища в організації, так і внутрішніх, обумовлених рисами характеру працівника та його адаптованістю. Впливовими є і гендерні чинники. Саме їх вплив на кар'єрний вибір молоді вивчається у більшості досліджень.

Література

1. Богоявленська Ю., Мельник А. Молодіжний сегмент ринку праці: стан, тенденції та перспективи функціонування в умовах формування соціально орієнтованої економіки в Україні. *Вісник Львівського університету. Серія економічна*. Вип. 47, 2012. С. 132–141.

2. Бондаренко Д.П. Напрями державного регулювання молодіжного ринку праці в Україні: проблеми та зміни в методах здійснення. *Теорія та практика державного управління*. 2 (53), 2016. С. 3–8.

3. Мельніченко О. Молодіжний ринок праці в Україні: проблеми і перспективи. *Психологія і суспільство*. № 3, 2015. С. 99–104.

Секція 2. Соціально-психологічні детермінанти психологічного благополуччя молоді в умовах воєнного стану

Демчук В.А.

«Психологія», 4 курс

Київський національний економічний університет

імені Вадима Гетьмана

Науковий керівник — д.психол.н., доцент, професор кафедри педагогіки та психології

Креденцер О.В.

ОРГАНІЗАЦІЙНА КУЛЬТУРА ТОРГОВЕЛЬНИХ КОМПАНІЙ: ТИПИ ТА СИЛА РОЗВИТКУ

У науковій літературі є різні тлумачення поняття «організаційна культура», які загалом не суперечать, а лише доповнюють одне одного. В загальному розумінні, під організаційною культурою розуміють найважливіші припущення членів організації, які відображаються у цінностях, що визначають орієнтири поведінки та дій людей.

Організаційна культура — це вид загальної культури, і тому для неї характерно те ж, що і для інших видів культури. Але водночас, це й особливий вид культури, оскільки організація не є відокремленою ні в просторовому, ні в часовому, ні в суб'єктивному відношенні. Вона — невід'ємний атрибут решти видів діяльності та забезпечує впорядкованість, і в політичній, і в технологічній, і в будь-якій іншій сфері суспільного життя. Відповідно сферою організаційної культури є повний цикл життєдіяльності соціальної організації (суспільства, підприємства, малої групи тощо) [3].

Відтак, організаційна культура — це культура забезпечення впорядкованості та узгодженості функціонування тієї чи іншої організації. Система смислів, цінностей, норм та орієнтирів організаційної культури, дозволяє забезпечити організованість діяльності з реалізації місії та цілей організації [5].

Необхідно зазначити, що виділяють сильну та слабку організаційну культуру компанії:

- сильна організаційна культура характеризується головними цінностями компанії, які чітко визначені, підтримуються та широко поширюються. Чим більше членів компанії поділяють дані цінності та віддані їм, тим сильніша організаційна культура компанії;
- слабка ж культура, яка в свою чергу, характеризується постійно мінливими думками та поняттями, спостерігається, як правило, в молодих компаніях. Члени таких компаній не мають достатнього спільного досвіду формування загальноприйнятих цінностей [1].

Сильна організаційна культура визначає послідовність поведінки працівників. Працівники чітко знають, як вони повинні поводитись в компанії. Організаційна культура може бути ефективнішою, ніж будь-який формальний структурний контроль. Чим сильніша організаційна культура компанії, тим менше менеджеру, необхідно приділяти уваги розвитку формальних правил і положень та керувати поведінкою працівника. Це все буде у підсвідомості працівника, який приймає організаційну культуру компанії. Її підтримка на необхідному рівні безпосередньо, залежить від підбору працівників, дій вищих керівників та методів соціалізації [2].

Дані чинники можна дослідити за допомогою методики Р.Ф. Дафта.

Також важливо зазначити про типи організаційної культури, вони бувають різними, в нашому дослідженні ми беремо за основу типологію Ч. Хенді.

За Ч. Хенді можна виділити:

культуру, засновану на «владі» — в організації з даним типом організаційної культури істотну роль відіграє лідер з особистісними характеристиками. Джерело влади лідера — одноосібне розпорядження всіма ресурсами організації. Ця культура влади дозволяє швидко реагувати на зміни ситуації, швидко приймати рішення й організовувати їх виконання. Такий тип культури прийнятний для невеликих підприємницьких структур, організацій сімейного типу;

культуру «ролі». Відмінна риса такої організації полягає у спеціалізації підрозділів і суворому функціональному розподілі ролей, а діяльність побудована на основі формальних правил, стандартів, інструкцій і положень. Застосування такого типу культури ефективно в організаціях, що функціонують у стабільному, прогнозованому середовищі;

культуру «завдання». Ця культура орієнтована на вирішення завдань або конкретний проєкт. Ефективність організації визначається професіоналізмом працівників, раціональним використанням ресурсів і ототожненням особистих цілей з цілями організації. Контроль в організації здійснюється на основі розподілу проєктів і завдань, формування команд для їх виконання і розподілу ресурсів;

культуру «особистості». В організаціях з таким типом культури центральною ланкою є особистість. Призначення організації — це об'єднання творчих людей, які могли б досягти власних цілей, і забезпечення їх ресурсами. Взаємодія між працівниками здійснюється на основі згоди, а не суворого контролю [4].

Наведені типи культур у чистому вигляді зустрічаються рідко. Звичайно в організації існують кілька типів культур одночасно, але одна з них є провідною.

Отже, організаційна культура проявляється через уявлення про цінності. Вона здатна надати сенс діяльності людей, наповнити їхнє життя цікавим змістом, стимулювати їхнє новаторство та активність.

Такі аспекти, як типи та сила її розвитку є важливими при вивченні даної теми, які можна дослідити за допомогою емпіричних методів. Їх вивчення надає висновок щодо організаційної культури тієї чи іншої компанії.

Література

1. Друкер П.Ф. Завдання менеджменту в XXI столітті: Пер. з англ.: Видавничий дім «Вільямс», 2004.
2. Михайлова Л.І. Управління персоналом: навчальний посібник. К.: Центр учбової літератури, 2017.
3. Madu Boniface C. Organization culture as driver of competitive advantage. *Journal of Academic and Business Ethics*. 2012.
4. Гайдученко С.О. Організаційна культура: конспект лекцій для студентів бакалавріату всіх форм навчання спеціальності 281 — Публічне управління та адміністрування; Харків. нац. ун-т міськ. госп-ва ім. О. М. Бекетова. Харків: ХНУМГ ім. Бекетова, 2020.
5. Armstrong Michael. A Handbook of Human Resource Management Practice. 10th ed. London: Kogan Page, 2006.

Єрьоменко М.С.

«Психологія», 3 курс

Київський національний економічний університет
імені Вадима Гетьмана

Науковий керівник — к.психол.н., доцент кафедри педагогіки та психології Ловка О.В.

ЗВ'ЯЗОК МІЖ РІВНЕМ ПРОЯВУ ЛІДЕРСЬКИХ ЯКОСТЕЙ ТА СОЦІАЛЬНО-ПСИХОЛОГІЧНИМИ ОСОБЛИВОСТЯМИ СТУДЕНТІВ

Потреба в лідерах серед студентської молоді зумовлена не лише запитом українського суспільства на особистість, здатну стати рушієм прогресу в умовах соціальних змін, а й світовими тенденціями щодо зростання уваги до питань підготовки конкурентоспроможних фахівців, які здатні ефективно працювати в команді, не губитися в складних ситуаціях, брати на себе ініціативу та відповідальність, проявляти творчий підхід до вирішення проблем. Незважаючи на те, що проблема лідерства перебуває у полі зору науковців-психологів вже не одне десятиліття, досі не досягнуто консенсусу щодо визначення єдиного набору рис, притаманних особистості лідера, які б сприяли успішній реалізації цієї ролі в групі. Саме дослідження та вивчення соціально-психологічних якостей особистості, які асоціюються з лідерством, і їх врахування в аспекті розвитку лідерських якостей, дозволяє розширити існуючі уявлення про можливості формування лідерів серед студентської молоді.

Мета дослідження — теоретично обґрунтувати та емпірично дослідити взаємозв'язки між соціально-психологічними особливостями та лідерськими якостями студентів.

Лідерство — це феномен, який має місце лише в групі і відображає процес організації та управління малою соціальною групою, включає в себе процеси домінування та підкорення, впливу та наслідування, і може розглядатися одночасно і як засіб організації групи, положення в суспільстві, як процес стимулювання та прояв влади, здатність до впливу на оточуючих, а також як взаємодія лідерів і послідовників, поведінковий акт, характеристика особистості [2; 5]. Відомо, що студентські роки є сенситивним періодом для прояву та розвитку лідерських якостей, що зумовлено прагненням молоді до самовираження, самореалізації, активного залучення до соціальної діяльності, а навчальна та професійна діяльність сприяє становленню лідерів через їх включення в життя студентської групи та робочого колективу, участь у наукових дослідженнях, практиках, конференціях, проектах, студентському самоврядуванні, об'єднаннях, волонтерських рухах тощо.

Звертаючись до проблеми лідерства, неможливо оминати питання вивчення науковцями особистісних рис, навичок та інших характеристик, котрі дозволяють певною мірою пояснити, які саме індивідуальні відмінності можуть відігравати важливу роль у становленні лідера. Лідерські якості — це відносно стабільні й пов'язані між собою утворення особистісних характеристик, які забезпечують закономірності лідерства в різноманітних групових та організаційних ситуаціях і охоплюють характер, темперамент, мотиви, розумові здібності, вміння, знання й досвід особистості [4, с. 161].

У науковому світі спостерігається нова хвиля досліджень у сфері лідерських якостей, і науковці Заккаро, Кемп та Бадер на основі низки власних досліджень та узагальнення результатів досліджень інших науковців відзначили соціальний інтелект, добросовісність, доброзичливість та емоційний інтелект як одні з найважливіших соціально-психологічних характеристик особистості, що пов'язані з проблемами виникнення лідерів та ефективною реалізацією лідерства в групі [1]. Серед вітчизняних науковців проблема вивчення лідерських якостей у розрізі зв'язків з різними соціально-психологічними особливостями особистості знайшла своє висвітлення у дослідженнях явища лідерського потенціалу. Зокрема, науковець А. Іващенко, розглядаючи лідерський потенціал студентської молоді, зазначає, що він охоплює такі характеристики особистості, як домінантність, готовність до непопулярних рішень та підпорядкування особистого результату загальному, відповідальність, емоційна врівноваженість, ініціативність, навички та вміння, які відносяться до управління соціальним середовищем і системою міжособистісних відносин, зокрема здатність до використання способів харизматичного впливу, вміння управляти своїм іміджем і репутацією та ін. [3].

Дослідженням різних аспектів феномену лідерства, зокрема лідерських якостей особистості, присвячені роботи вітчизняних та іноземних науковців: R. M. Stogdill, J. Antonakis, Jung and Sosik, S. Kirkpatrick and E. Locke, D. Goleman, S.J. Zaccaro, C. Kemp, P. Bader, Т. Гура, О. Пономарьов, О. Гуменюк, Ж. Ремпель, Н. Руда, Д. МакКлелланд, Р. Кричевський, К. Кудряшова, В.М. Bass, М.А. Hogg, R.B. Kaiser, І. Ріпко, Д. Алфімов, Daan van Knippenberg, David V. Day, О. Романовський, А. Книш, О. Нестуля та С. Нестуля, А. Куриця, І. Краснощок, О. Савельєва, І. Костира, О. Олексюк, В. Михайличенко та ін. На основі аналізу наукової літератури з проблеми лідерства, ми припустили, що можуть існувати кореляційні зв'язки між лідерськими якостями і емоційним інтелектом, а також між лідерськими якостями та організаторськими і комунікативними здібностями.

Дослідження ґрунтується на використанні теоретичних методів аналізу, синтез, узагальнення, систематизації, а також були використані такі методики: «Опитувальник рівня та структури емоційного інтелекту (МЕІ)» (М. Манойлова), «Оцінка комунікативних та організаторських здібностей — КОЗ» (В. Синявський та Б. Федоришин) та «Діагностика лідерських здібностей» (Є. Жаріков, Є. Крушельницький). Для математико-статистичної обробки результатів застосовано коефіцієнт рангової кореляції Спірмена та критерії перевірки відповідності нормальному закону Шапіро-Уїлка і Колмогорова-Смирнова.

У дослідженні взяли участь 53 студенти віком від 16 до 29 років, які навчаються на бакалавраті та магістратурі за різними спеціальностями в ВНЗ Києва, як НАУ, КНЕУ, НМУ імені О.О. Богомольця, КНУ імені Тараса Шевченка, КПІ ім. Ігоря Сікорського та ДТЕУ, співвідношення чоловіків та жінок відповідно 36 % ($n=19$) та 64 % ($n=34$).

Було визначено, що існує позитивний взаємозв'язок помірної сили між шкалою «Управління своїми емоціями та почуттями», як складовою емоційного інтелекту, та лідерськими якостями ($r = 0,506$; $p \leq 0,01$), що свідчить про те, що чим вища здатність у студентів до регуляції власних емоцій, почуттів та станів, тим вищий рівень прояву лідерських якостей. Також ми виявили слабкий позитивний зв'язок між шкалою «Усвідомлення своїх емоцій та почуттів» та лідерськими якостями ($r = 0,441$, $p \leq 0,01$), що вказує на те, що чим вища здатність до розпізнання, усвідомлення та розуміння природи і ролі своїх емоцій та почуттів, тим більше виражені лідерські якості у студентів. Більше того, були встановлено помірний пози-

тивний зв'язок між лідерськими якостями та організаторськими здібностями ($r = 0,516$; $p \leq 0,01$) і слабкий позитивного зв'язок між лідерськими якостями та комунікативними здібностями студентів ($r = 0,458$; $p \leq 0,01$). Крім того, слід зазначити, що ми не виявили взаємозв'язків між шкалами «Усвідомлення емоцій та почуттів інших» і «Управління емоціями та почуттями інших» та лідерськими якостями.

Висновки і пропозиції. Отже, наше припущення про наявність взаємозв'язків між лідерськими якостями і емоційним інтелектом, а також між лідерськими якостями та організаторськими і комунікативними здібностями, частково підтвердилось. Результати дослідження свідчать, що рівень розвитку лідерських якостей взаємопов'язаний з рівнем розвитку внутрішньоособистісного аспекту емоційного інтелекту, який включає в себе здатність розрізняти, розпізнавати і усвідомлювати власні емоції та розуміти їх природу, прогнозувати вплив окремих емоційних станів на власну поведінку та продуктивно використовувати цю інформацію для самовдосконалення, а також навички регуляції емоцій, управління своїми емоційними реакціями для успішного досягнення цілей та оптимізації діяльності, що в цілому сприяє ефективній реалізації лідерства. Ми також встановили, що чим вищий рівень розвитку лідерських якостей у студентів, тим розвиненіші у них комунікативні навички, які складають основу ефективної міжособистісної взаємодії, а також організаторські здібності, які відображають самостійність, адаптивність та ініціативність студентів-лідерів, здатних об'єднати команду і спрямувати послідовників на досягнення спільної мети. Проблема взаємозв'язку лідерських якостей з такими соціально-психологічними характеристиками студентів, як емоційний інтелект, комунікативні та організаторські здібності, потребує подальших поглиблених досліджень, зокрема з врахуванням обмежень нашого дослідження. Наприклад, вважаємо за доцільне включити в подальші дослідження, окрім методів діагностичного опитування та тестування, також метод соціометрії, групову оцінку особистості та використання різноманітних шкал і листів критеріально-орієнтованої експертної оцінки лідерських якостей. З огляду на результати нашого дослідження, отримані дані можуть знайти практичне застосування для розробки різноманітних тренінгів, семінарів, рекомендацій та програм з формування та посилення лідерських якостей студентів, зокрема шляхом розвитку організаторських та комунікативних здібностей, а також таких складових емоційного інтелекту, як вміння розуміти власні емоції та почуття і керувати ними.

Література

1. Northouse P.G. Leadership : theory and practice. Thousand Oaks: SAGE Publishing, 2021. 600 p.
2. Волківська Д.А. Розвиток лідерського потенціалу студентського активу в університетському середовищі: дис. канд. пед. наук : 13.00.05 Соціальна педагогіка. Київ, 2016. 455 с.
3. Іващенко А.В. Активізація лідерського потенціалу студентів вищих навчальних закладів у процесі позанавчальної діяльності на засадах компетентнісного підходу. *Гуманітарний вісник Державного вищого навчального закладу «Переяслав-Хмельницький державний педагогічний університет імені Григорія Сковороди»*. Педагогіка. Психологія. Філософія. 2013. Вип. 28(2). С. 117–123. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/gvpdpu_2013_28_2_25
4. Хупавцева Н.О., Максимчук В.Б. Формування і розвиток лідерських якостей студентів-психологів. *Психологія: реальність і перспективи*. 2018. Вип. 10. С. 158–164. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/prp_2018_10_27
5. Штанько Н.А. Лідерство як соціально-психологічний феномен. *Юридична психологія та педагогіка*. 2013. №2. С. 50–61. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/urpp_2013_2_7

Негода К.В.
«Психологія», 2 курс, магістратура
Київський національний економічний університет
імені Вадима Гетьмана
Науковий керівник — д.психол.н., доцент, професор кафедри педагогіки та психології,
Креденцер О.В.

ПСИХОЛОГІЧНІ ОСОБЛИВОСТІ ФІНАНСОВОЇ ПОВЕДІНКИ ПЕРСОНАЛУ ІТ-КОМПАНІЙ

Проблема фінансової поведінки персоналу ІТ-компаній є вагомими чинником ефективності діяльності сучасних організацій. А, отже, її розуміння може у подальшому сприяти оптимізації фінансової поведінки та підвищити ефективність діяльності організацій та їх конкурентоздатності. Окремі аспекти досліджуваної проблеми були досліджені вітчизняними дослідниками.

Ставлення до грошей різних соціальних груп, чинники, що впливають на ставлення особистості до грошей проаналізовано в роботах українських учених: Л.М. Карамушки та О.І. Паршака [1], Л.М. Карамушки та О.Г. Ходакевича [2], М. Сімків [3].

У нашому дослідженні ми виходимо з того, що фінансова поведінка — це поведінка людей, в якій має місце прийняття економічних рішень, а також чинники й наслідки економічних рішень.

Разом з тим психологічні особливості фінансової поведінки персоналу ІТ-компаній раніше, наскільки нам відомо, не виступали предметом дослідження українських психологів.

Мета дослідження — дослідити психологічні особливості фінансової поведінки персоналу ІТ-компаній.

Методика дослідження: «Шкала грошових уявлень та поведінки» (ШГУП) А.Фернема (адаптація М. Сімків) [4], авторська анкета.

Вибірка дослідження: 31 особа. Усі досліджувані були працівниками ІТ-компаній України. За віком респонденти розподілились наступним чином: 61,3 % — 21-30 років; 25,8 % — 31-40 років; 12,9 % — понад 41 рік. 71 % опитаних працює в ІТ-сфері більше 3 років. У розподілі за статтю, 61 % опитаних є чоловіками, інші — жінками. А також 77,5 % — мають вищу освіту.

У процесі підготовки до дослідження було розроблено авторську анкету, за результатами якої отримані такі результати.

61 % опитаних — активно заощаджують та рухаються у напрямку отримання фінансової свободи, тобто можливості не залежати від заробітної плати у майбутньому. 94 % опитаних — не мають кредитів, що є хорошим показником, проте 49 % респондентів мають схильність до імпульсивних покупок. Окрім того, 58 % опитаних — задоволені своїм фінансовим становищем, а 60 % вважають його середнім; 96 % опитаних займаються благодійністю постійно або час від часу; 80 % опитаних мають позитивне ставлення до грошей.

За результатами обробки емпіричних даних, відповідно до методики «ШГУП», дослідження показало, що 35,5 % — мають низький рівень грошової одержимості; 19,4 % — мають високий; 9,7 % — мають низький рівень за шкалою Влада (сила); 25,8 % — мають високий; 22,6 % — мають низький рівень за шкалою Економність; 22,6 % — мають високий; 51,6 % — мають низький рівень неадекватної поведінки з грошима; 9,7 % — високий.

Отже, низький рівень грошової одержимості та неадекватної поведінки з грошима, отриманий за методикою «ШГУП», підтверджується результатами отриманими за розробленою анкету.

Висновки. Отримані дані можуть бути використані організаційними та економічними психологами в процесі розробки тренінгів щодо оптимізації фінансової поведінки персоналу ІТ-компаній.

Література

1. Карамушка Л.М., Паршак О.І. Роль комерційних організацій у формуванні адекватного ставлення персоналу до грошей. *Актуальні проблеми психології*. Т.1. Організаційна психологія, Економічна психологія. Соціальна психологія. № 57, 2020. С. 37–44.
2. Карамушка Л.М., Ходакевич О.Г. Психологічні особливості ставлення студентської молоді до грошей : Монографія. Київ : КНЕУ, 2017. 200 с.
3. Сімків М.В. Суб'єктивний контроль як чинник ставлення до грошей у жінок. *Проблеми загальної та педагогічної психології* : зб. наук. пр. Інституту психології імені Г.С. Костюка АПН України ; за ред. С.Д. Максименка. Т. 12. Ч. 1. К., 2010. С. 541–551.
4. Сімків М. Модифікований варіант методики А. Фернема «Шкала грошових уявлень та поведінки» (ШГУП). *Український науковий журнал «Освіта регіону. Політологія, психологія, комунікації»*. № 2, 2012. С. 295. DOI: <https://social-science.uu.edu.ua/article/829>

Нос А.В.

«Психологія», 2 курс

Київський національний економічний університет

імені Вадима Гетьмана

Науковий керівник — к.пед.н., доцент, доцент кафедри педагогіки та психології Борисенко Л.Л.

ОСОБЛИВОСТІ СОЦІАЛЬНО-ПСИХОЛОГІЧНОЇ АДАПТАЦІЇ СТУДЕНТІВ В УМОВАХ ВІЙНИ

Повномасштабне вторгнення РФ в Україну кардинально змінило життя мільйонів людей, включаючи студентів, які опинилися в окупації, під обстрілами або змушені були залишити свій дім. Студенти гостро розуміють всю складність того, що трапилося, а тому почувають себе приголомшеними, розгубленими та замислюються над тим, що їх чекає у майбутньому. Як продовжувати навчання в умовах воєнного стану? Через такі думки студенти втрачають позитивний настрій, відчувають тривогу, страх та все частіше піддаються стресу та фрустрації. На сьогодні важливим та необхідним є дослідження, в центрі якого перебувають питання, пов'язані з особливостями соціально-психологічної адаптації студентів в умовах війни.

Адаптація вважається однією з ключових наукових проблем психологічної науки. Термін «адаптація» був введений в 1865 році німецьким фізіологом Г. Аубертом, який визначав її як зміну чутливості аналізаторів під впливом пристосування органів чуттів до діючих подразників. Проблема адаптації знаходить своє відображення в концепції Клода Бернара, який ввів у науковий обіг для визначення сталості внутрішнього середовища організму термін «гомеостаз»: збереження гомеостазу досягається завдяки процесу адаптації під час взаємодії організму та середовища.

Більшість дослідників проблеми адаптації погоджуються з тим, що адаптація — це доволі складний феномен. Так, адаптацію у широкому значенні трактують:

- як процес пристосування індивідуальних та особистісних якостей до життя та діяльності людини в умовах, що змінюються;
- як активну взаємодію особистості та середовища залежно від ступеня її активності;
- як перетворення середовища згідно з потребами, цінностями й ідеалами особистості, або як переваги залежності особистості від середовища;
- як зміни, що супроводжують на рівні психічної регуляції, становлення (та відновлення), збереження динамічної рівноваги у системі «суб'єкт праці — професійне середовище» [3].

Адаптація — процес установаження оптимальної відповідності особистості й навколишнього середовища в ході здійснення діяльності, що властива людині (при збереженні психічного й фізичного здоров'я); допомагає індивіду задовольняти актуальні потреби і реалізувати пов'язані з ними значущі цілі, забезпечуючи в той же час відповідність психічної

діяльності людини, її поведінки вимогам середовища. Соціально-психологічна адаптація, як зазначає М.С. Корольчук, — це аспект психічної адаптації, що забезпечує організацію мікросоціальної взаємодії, формування адекватних міжособистісних стосунків, урахування експектацій оточення і досягнення соціально значущих цілей [1].

Розрізняють ефективну та неефективну адаптацію. Від того, наскільки людина адекватно сприймає себе та свої соціальні зв'язки залежить ефективність адаптації. Неефективна адаптація позначається терміном дезадаптація та проявляється як наслідок викривлення чи недостатнього розвитку уявлень людини про себе.

Виділяють об'єктивні та суб'єктивні критерії адаптованості. До суб'єктивних критеріїв дослідники відносять міру усвідомленої або неусвідомленої задоволеності різними аспектами свого життя і собою, відчуття емоційного, соматичного, фізичного комфорту. Об'єктивно адаптованість визначається за результатами діагностики психічних, психофізіологічних функцій і процесів, як увага, пам'ять, мислення, сенсомоторні реакції.

Адаптація студентів до навчального процесу є необхідною складовою для його подальшого розвитку та професійної самореалізації. Цей процес охоплює пристосування до нових вимог, умов навчання, соціального оточення і бажання навчатися, отримувати нові знання; пристосування до нових умов проживання та в загальному контексті до життя в умовах війни.

В умовах нового соціального середовища, який сформувався в воєнний час, виділяють такі стадії адаптаційного процесу:

1) початкова стадія. На початковій стадії студент-першокурсник оволодіває основними правилами поведінки у новому для нього середовищі й намагається дотримуватися їх;

2) стадія узгодження. На цій стадії індивід та середовище рівноцінно доповнюють один одного;

3) стадія «Акомодація» (пристосування). На цій стадії студент і середовище для досягнення найкращої взаємодії йдуть на різні поступки по відношенню один до одного;

4) стадія «Асиміляція» (повна адаптація). На стадії повної адаптації студент починає відмовлятися від колишнього способу життя і повністю починає приймати цінності та норми нового соціального середовища, в якому він навчається. Важливо зазначити, що студент-першокурсник у процесі адаптації до освітнього середовища може проходити всі ці стадії послідовно або може зупинитися на якійсь з них. Все залежить від того, яка ситуація і як до неї відноситься студент (особливості сприйняття та життєвого досвіду) [2].

Шляхами подолання труднощів адаптації першокурсників можуть бути: створення сприятливого мікроклімату в студентських групах та оптимальних умов як у навчанні, так і в проживанні у гуртожитках; проведення просвітницько-профілактичної роботи психологічної служби, яка дозволить попередити дезадаптацію студентів-першокурсників; підтримка і допомога студенту в адаптації до нових умов з боку психологів та кураторів; стимулювання студента до самореалізації в студентському середовищі; залучення до активної участі в громадській та науковій діяльності; просвітницько-профілактична робота з батьками, викладачами, кураторами щодо підтримки психічного здоров'я студентів, сприяння активізації адаптаційних можливостей студентів [2].

Література

1. Корольчук М.С. Психологія адаптації студентів до навчальної діяльності: монографія. Ужгород: Ужгородський національний університет, 2017. 289 с.

2. Сабаш А.В. Психологічні особливості адаптації студентів-першокурсників до навчання в умовах війни: квал. роб. маг-ра: 053 Психологія. ХНУ. Хмельницький, 2022. 62 с.

3. Мартиненко С.О. Теоретичні підходи до визначення дефініції «соціальна адаптація». *Габітус Науковий журнал*. Вип. 10. Одеса, 2019. С. 29–33. DOI <https://doi.org/10.32843/2663-5208.2019.10.5>

Усенко К.Т.
«Психологія», 3 курс
Київський національний економічний університет
імені Вадима Гетьмана
Науковий керівник — канд.пед.н., доцент, доцент кафедри педагогіки та психології
Борисенко Л. Л.

ДЕПРЕСИВНІ СТАНИ ОСОБИСТОСТІ ТА ОСОБЛИВОСТІ ЇХ ПРОЯВІВ В ПЕРІОД ПІСЛЯ РІЧНИЦІ ВІЙНИ В УКРАЇНІ

Унаслідок повномасштабних воєнних дій в Україні, що розпочалися у лютому 2022 року, більшість людей зазнали тяжкого стресу і депресії. Це зумовлено тим, що людина могла опинитися у зоні бойових дій, через втрату домівки або близької людини, зміни місця проживання, зокрема переїзд до іншої країни, порушення звичайного способу життєдіяльності. У період після річниці повномасштабного вторгнення РФ на території України люди зазнають стресу і страху, що проявляються постійно.

Основними концептуальними передумовами вивчення проблеми депресії стали праці Г. Сельє та його послідовників по вивченню загального адаптаційного синдрому (Р. Лазарус, Р. Розенман, І. Фрідман), а також праці, присвячені вивченню так званої «депресії виснаження» (П. Кільхольц, Р. Бек) [1].

Як зазначає Самюель Пфайфер, депресія — (від лат. *depressio* — пригнічення) — афективний стан, який характеризується негативним емоційним фоном, змінами мотиваційної сфери, когнітивних (пов'язаних з пізнанням) уявлень і загальною пасивністю поведінки [4]. Причиною депресії може бути соціальна ізоляція і самотність, переживання почуття провини. Для депресії властиві такі ознаки: зменшена радість життя, обтяжливість стосунків з людьми та знижена працездатність. Всесвітня організація охорони здоров'я (ВООЗ) зазначає про «втрачені роки якісного життя (YLD)». У всьому світі депресія є головною причиною обмеження працездатності і стоїть на третьому місці після хвороб, від яких люди страждають найчастіше, — серцево-судинних та онкологічних захворювань. І ця тенденція зростає. Депресивна людина потрапляє в полон своєї психіки (міркувань, докорів собі, бажання смерті).

При депресії не тільки переважають негативні емоції, але й складно відчувати позитивні емоції. Радість і задоволення буває складно відчувати, навіть коли людина розуміє, що мала б радіти, але радості вона не відчуває.

Депресивні стани людини — це складна комбінація емоцій, уявлень, споминів і думок, що характеризується постійним пригніченим станом і втратою цікавості до будь-якої діяльності, що зазвичай приносить задоволення, а також нездатністю виконувати повсякденні справи протягом певного часу, а також різні комбінації гніву, відризи і презирства (ворожі почуття по відношенню до самого себе й до інших людей), емоції страху, провини і сорому, особливо в екстремальних умовах.

Однією з причин виникнення депресивного стану та розладу є переживання травмуючих подій і наслідки психотравматичного впливу в умовах війни в Україні. Психотравмуючі події та їхні наслідки для поведінкової, емоційної і пізнавальної сфери людей різного віку, вірогідність виникнення дезадаптивної поведінки, психосоматичних і нервово-психічних розладів унаслідок травматичного стресу розглядали у своїх наукових дослідженнях Л. Крижанівська, Г. Ложкін, В. Маріщук, О. Носкова [2].

Причини виникнення депресивних станів та їх профілактики вивчає одна з галузей психологічних наук — психологія здоров'я. Психологія здоров'я — одна із найдинамічніших у своєму розвитку галузей психології. Це зумовлено не лише визнанням сучасним суспільством значущості поведінки, пов'язаної зі здоров'ям і якістю життя, а також розуміння та переконання, що для підтримки здоров'я недостатньо лише традиційної медичної системи. Суттєву роль відіграють багато інших чинників, таких як стиль життя, дотримання здорового способу життя, профілактичні та просвітницькі заходи з метою збереження фізичного та

психологічного здоров'я. Важливим є також аналіз біологічних, культуральних і соціально-економічних чинників, таких як: стать, вік, освіта, місце проживання, соціальний статус. Усі ці аспекти перебувають у фокусі уваги сучасної психології, соціології та психології здоров'я [2].

Першопричиною депресії, на думку А.Бека, є не емоції, а когнітивна організація, — схема, яка диктує депресивне сприйняття і депресивну концептуалізацію об'єкта чи ідеї. Його модель депресії заснована на таких характеристиках, як особистісна неповноцінність і негативні очікування [1]. Окрім того, вчений провів детальний, всесторонній аналіз симптомів і проявів депресії. Він виділив *чотири основні групи характеристик депресивного стану*:

1. емоційні (горе, сум, пригнічений настрій);
2. когнітивні (відмова самому собі від найважливіших особливостей);
3. мотиваційні (пасивність, залежність, уникання, параліч волі);
4. фізіологічні (утрата апетиту, розлади сну).

Депресія — психічний розлад, що характеризується патологічно зниженим настроєм (гіпотимією), з негативною песимістичною оцінкою самого себе, власного майбутнього та свого положення у світі. Своєрідність депресії полягає в тому, що її зовнішні прояви можуть нагадувати ознаки практично будь-якого захворювання.

Л. Шнейдер серед ознак депресії вирізняє такі прояви: почуття неповноцінності, даремності, втрату самоповаги; нездатність до адекватної реакції на похвалу; песимістичне відношення до майбутнього, негативне сприйняття минулого; млявість, хронічну втому, уповільнені рухи і мову; зниження ефективності або продуктивності в роботі і побуті.

Е. Блейер зазначає, що класична депресія визначається тріадою ознак: знижений настрій (гіпотимія, дистимія), уповільнене мислення і рухова загальмованість, а І. Лехман вважає характерними для депресії втрату здатності радіти, втрату інтересів і знижену працездатність. Найрозповсюдженішими симптомами депресії є: смуток і відчуття безнадії; розлади сну; людина прокидається рано, але важко встає; в'яле мислення або знижена концентрація уваги; втрата інтересу до того, що раніше приносило задоволення; думки про самогубство і смерть; неспокій та роздратованість; низька самооцінка або почуття провини; розлади апетиту; стомлюваність, слабкість; хронічні болі, які не піддаються традиційному лікуванню [3].

З метою дослідження проявів депресивних станів було опитано студентів, які навчалися на різних спеціальностях, і дорослих людей віком 30–50 років та 60–75 років. Опитування здійснено за допомогою методики «Диференціальна діагностика депресивних станів В. Жмурова» [2].

Опитування проводилося у березні 2022 року та у березні 2023 року — для порівняння результатів дослідження депресивних станів у людей різного віку після річниці війни.

За результатами опитування та порівняння проявів депресії в осіб різного віку після річниці війни в Україні виявлено: частка студентів з високими рівнями депресії зменшилась; серед групи осіб середнього віку рівні прояву депресії майже не змінилися; в осіб старшого віку (60–75 років) виявлено зростання високого рівня депресії.

Можна зробити висновок, що студенти мають значно більші адаптаційні можливості у пристосуванні до екстремальних умов життя, тому їхні рівні депресії помітно зменшилися порівняно із березнем минулого року. У групі дорослих (22–50 років) рівні прояву депресії майже не змінилися. У групі дорослих (60–75 років) виявлено зростання високого рівня депресії через неможливість швидко адаптуватися до стресогенних ситуацій і подій, що відбуваються під час воєнного стану та військових дій в Україні.

Висновки. На основі теоретичного та емпіричного дослідження виявлено особливості прояву депресії та депресивних станів у людей різного віку — через рік після початку війни. Наприклад, на відміну від людей середнього та старшого віку, молодим людям значно легше адаптуватися до нових умов життя, тому ризики виявлення у них депресії є значно меншими, ніж у представників старшого та похилого віку. Для запобігання депресивних станів необхідна вчасна психологічна підтримка для представників усіх вікових груп.

Література

1. Бек А. Когнитивная терапия депрессии. СПб.: Питер, 2000. 236 с.
2. Зубцов Д. Депресія: визначення та симптоматика. *Науковий вісник МНУ імені В.О. Сухомлинського. Психологічні науки*, 2016. 1 (16). С. 77–81.
3. Коцан І.Я., Ложкін Г.В., Мушкевич М.І. Психологія здоров'я людини. Луцьк: Волин. нац. ун-ту ім. Лесі Українки, 2011. 430 с. URL: <https://core.ac.uk/download/pdf/323530716.pdf>
4. Самюель Пфайфер. Депресія: Хвороба сучасності; пер. О. Кушніков. Львів: Свічадо, 2017. 88 с. URL: [https://www.vyacheslavkhalanskiy.com.ua/images/articles/62/1515229362_54431080 %20\(2\).pdf](https://www.vyacheslavkhalanskiy.com.ua/images/articles/62/1515229362_54431080%20(2).pdf)

Фарфур М.В.

«Психологія», 4 курс

Київський національний економічний університет

імені Вадима Гетьмана

Науковий керівник — к.пед.н., доцент, доцент кафедри педагогіки та психології Борисенко Л.Л.

ШЛЯХИ ОПТИМІЗАЦІЇ ПСИХОЛОГІЧНОГО БЛАГОПОЛУЧЧЯ ОСОБИСТОСТІ В УМОВАХ ВІЙНИ

На фоні подій останнього року виникло багато змін, які охоплюють усі сфери життєдіяльності людини та змушують швидко адаптуватися до них. Процес адаптації до нових умов навчання та праці, загальний тиск, який створює війна, можуть впливати на стан особистості. На наш погляд, одним з основних аспектів стабільного позитивного емоційного стану особистості є психологічне благополуччя, яке являє собою сукупність суб'єктивного відчуття особистістю щастя та задоволеністю власним життям. Реалії життєдіяльності пересічної особистості характеризуються надзвичайно високим рівнем стресу, переоцінкою цінностей, зміною ціннісних орієнтацій, які так чи інакше впливають на рівень психологічного благополуччя. Так, вищезокреслене обумовлює зростання інтересу до проблематики психологічного благополуччя.

Термін «психологічне благополуччя» у науковий обіг ввів N.M. Bradburn [1], трактуючи його як суб'єктивне відчуття щастя і загальної задоволеності життям. При цьому автор не мав на увазі під психологічним благополуччям силу «Его», самоактуалізацію, самооцінку чи автономію, водночас не заперечуючи зон взаємного перетину, спільного змісту перелічених понять. Психологічне благополуччя є одним із ключових елементів психічного та психологічного здоров'я та буття людини, яке може виступати критерієм якості життя особистості.

І. Семків розглядає психічне здоров'я в якості стану динамічної рівноваги індивіда з навколишнім середовищем, з повною проявою усіх закладених у нього біологічних сутностей, здібностей і можливостей, а також оптимальним функціонуванням усіх життєво важливих підсистем [3, с. 9].

К. Ріфф зазначає, що обов'язковим проявом благополуччя є прагнення особистості до особистісного зростання. До моделі психологічного благополуччя авторка відносить також компетентність та позитивні відносини з іншими, здатність бути відкритим у комунікації та довірливе ставлення до оточуючих з теплом і турботою [2].

К. Ріфф було встановлено, що інтегративними компонентами психологічного благополуччя є позитивне ставлення до оточуючих (емпатійне прийняття інших); самоприйняття (вдоволення собою та власним життям); автономія (незалежність суджень і здатність протистояти соціальному тиску); особистісне зростання (відкритість до змін, саморозвиток); компетентність у керуванні середовищем (уміння переборювати труднощі, ускладнення); життєві цілі (осмисленість життя та власних життєвих цілей) [2]. Зауважимо, дані компоненти є взаємопов'язаними, оскільки інтегрують складніші особистісні утворення, вибір та опис кот-

рих був зроблений авторкою в якості характеристик, завдяки яким можливе ефективніше функціонування в усіх сферах життєдіяльності. У поєднанні ці аспекти охоплюють психологічне благополуччя, яке включає позитивну оцінку себе і свого минулого життя; почуття подальшого зростання і розвитку як особистості; переконання, що життя людини є цілеспрямованим і значущим; позитивні стосунки з оточуючими; здатність керувати ефективно своїм життям і навколишнім середовищем та почуття самовизначення.

Отже, розглянувши теоретичне підґрунтя проблеми психологічного благополуччя можна стверджувати про важливе значення даного феномену для подальшого дослідження, особливо в умовах воєнного стану в Україні.

Воєнні події можуть бути вкрай стресовими для особистості, яка піддається фізичному та психологічному тиску. Незалежно від того, чи ця особистість є військовослужбовцем, чи цивільною особою, її психологічне благополуччя може бути під загрозою. Проте, є шляхи, які можуть допомогти особистості оптимізувати своє психологічне благополуччя в умовах війни.

Розвиток резиліентності може стати ключовим фактором для оптимізації психологічного благополуччя особистості в умовах війни. Резиліентність — це здатність переживати стресові ситуації та відновлюватись після них. Цієї здатності можна навчитися та покращити за допомогою тренувань і психологічних інтервенцій. Дослідження показують, що розвиток резиліентності може значно підвищити психологічне благополуччя військовослужбовців і цивільного населення в умовах війни.

Інтервенції психологічної підтримки та психотерапії можуть допомогти особистості оптимізувати своє психологічне благополуччя в умовах війни. Такі інтервенції можуть доповнюватися позитивним впливом духовності, медитації, йоги та інших засобів. Наприклад, дослідження показують, що медитація може допомогти зменшити рівень стресу та покращити якість сну.

Ще одним із шляхів оптимізації психологічного благополуччя в умовах війни є соціальна підтримка. Зв'язок з близькими людьми та підтримка від оточення можуть позитивно вплинути на психічний стан особистості: зменшити рівень стресу та почуття самотності. Дослідження показують, що багато військовослужбовців повертаються додому зі значними проблемами як фізичного, так і психічного здоров'я. Причинами такого явища є брак соціальної підтримки та відриву від звичного життя.

Важливою складовою оптимізації психологічного благополуччя є збереження зв'язку з родиною та друзями в умовах війни. Доцільно використовувати сучасні засоби зв'язку: телефонні дзвінки, електронні листи та соціальні мережі. Ці засоби дозволяють особистості підтримувати зв'язок зі своїми близькими та отримувати підтримку з дому.

Навчання релаксаційним технікам, таким як глибоке дихання та прогресивна м'язова релаксація, може допомогти зменшити рівень стресу та тривоги в умовах війни. Такі техніки можуть бути використані для зняття психічного напруження в будь-який момент і підвищення рівня самоконтролю.

Нарешті, розуміння психологічного стану та використання інформації про психологічне здоров'я може допомогти особистості уникнути погіршення її психологічного стану. Наприклад, розуміння, що стрес і тривога є нормальною реакцією на стресові ситуації, може зменшити почуття страху та підвищити рівень адаптаційних можливостей і довіри до власних здібностей. Також важливо мати на увазі, що наявність психічних симптомів не є показником слабкості або дефекту. Розуміння цього може допомогти особистості зберегти своє психологічне благополуччя та психологічне здоров'я в умовах війни.

Отже, оптимізація психологічного благополуччя особистості в умовах війни є складним і важливим процесом, який вимагає розуміння стресових ситуацій та їх впливу на психіку людини, здійснення контролю над своїми емоціями та поведінкою, забезпечення соціальної підтримки, збереження зв'язку з родиною та друзями, навчання релаксаційним технікам і розуміння важливості психологічного здоров'я. Співпраця між учасниками військових конфліктів, доступ до професійної психологічної допомоги та індивідуальний підхід до кожної людини є ключовими аспектами оптимізації психологічного благополуччя.

Література

1. Bradburn N.M. Reports on Happiness. A Pilot Study of Behavior Related to Mental Health. Aldine Publishing Company. Chicago, USA, 1965.
2. Ryff C.D. Psychological well-being in adult life. *Current Directions in Psychological Science*. N 4, 1995. Pp. 99–104.
3. Семків І.І. Суб'єктивне благополуччя як психологічна винагорода за проявлену соціальну активність. Науковий часопис НПУ імені М.П. Драгоманова. № 3, 2012. С. 234–237.

Чайковська Ю.К.

*«Практична психологія», 4 курс
Київський національний економічний університет
імені Вадима Гетьмана*

Науковий керівник — к.пед.н., доцент, доцент кафедри педагогіки та психології Борисенко Л.Л.

ХАРАКТЕРОЛОГІЧНІ ЧИННИКИ СОЦІАЛЬНОЇ ФРУСТРОВАНОСТІ ПРАЦІВНИКІВ РЕКЛАМНИХ АГЕНТСТВ

Проблема емоційного стану населення особливої актуальності набуває у періоди соціальних потрясінь, зокрема в умовах війни та воєнного стану. Ця екстремальна ситуація може виступати як загроза і викликати стан фрустрованості особистості, під якою ми розуміємо індивідуально-особистісну форму прояву соціальної фрустрації, що виникає при блокуванні реалізації особистісно значущих потреб, мотивів і цінностей людини.

Одним із наслідків соціальної напруженості є соціальна фрустрованість, під якою у найбільш загальному вигляді, дотримуючись підходу Д. Майерса, слід розуміти блокування цілеспрямованої поведінки особистості, що проявляється в нервово-психічній напрузі, високій тривожності, переживання краху надій, розпачу та безвиході. Однак, соціальна фрустрованість працівників рекламних агенств та чинники, які впливають на її вираженість, раніше не виступали предметом психологічних досліджень.

Фрустрованість як схильність до фрустрації, — стан пригніченості, розпачу з елементами тривоги, що розвивається внаслідок якихось життєвих невдач, неможливості досягнення поставленої мети чи труднощів пристосування до нового середовища з блокуванням цілеспрямованої поведінки [1, с. 12].

Фрустрація — це психічний стан, що характеризується тривогою, досадою, розладом, внутрішнім дискомфортом, загальною напруженістю. Цей стан виникає, якщо не наступають події, на які людина очікувала, не здійснюються плани, виникають перешкоди на шляху до мети. На поведінковому рівні фрустрація може проявлятися в гнітючій напрузі, високій тривожності та переживанні індивідом почуття безвиході. Безпосередні психологічні наслідки фрустрації — збудження, фантазування, розпач. Реакцією у відповідь на фрустрацію може бути ескапізм, агресивна або деструктивна поведінка, алкоголізація, наркоманія та інші реакції [3, с. 88].

Соціальна фрустрованість — це негативний стан, який виникає у людини, коли вона не може задовольнити свої потреби та бажання через соціальні обставини, що перебувають поза її контролем. Соціальна фрустрація є результатом невідповідності між тим, що людина хоче отримати від життя та тим, що вона дійсно отримує. Як стверджує І. Заїка, соціальна фрустрація може бути наслідком нерівності в суспільстві, коли деякі люди мають доступ до більшої кількості можливостей і ресурсів, ніж інші. Також автор акцентує увагу на тому, що соціальна фрустрація може бути наслідком культурного та соціального тиску, який люди відчувають від свого оточення.

Серед чинників, які можуть впливати на вираженість соціальної фрустрованості працівників рекламних агенств, можуть виступати як зовнішні, так і внутрішні, а саме, — певні

властивості особистості: акцентуації характеру, рівень суб'єктивного контролю, здатність приймати рішення в складних умовах і брати на себе ризики.

Акцентуації характеру — це підвищена виразність рис характеру та темпераменту, що мають крайні варіанти норми. Автором даної концепції є німецький психіатр Карл Леонгард. За визначенням Л. Карамушки, акцентуації особистості мають безпосередній зв'язок з успішністю роботи. Одні акцентуації характеру можуть сприяти успішності в роботі, здобуттю нових навичок, інші акцентуації характеру, можуть знижувати успішність діяльності, будучи, по суті, певною перешкодою у роботі [3, с. 100].

Одним із чинників, які зумовлюють прояви соціальної фрустрованості, є рівень суб'єктивного контролю особистості. Автор соціальної теорії характеру ввів в обіг психологічної науки поняття «локус контролю». Локус контролю — це поняття в психології, яке описує переконання людини про те, наскільки вона контролює події, що відбуваються в її житті. Дж. Роттер вважав, що люди з внутрішнім локусом контролю (інтернали) вірять, що вони мають контроль над своїм життям та подіями, що відбуваються в ньому. Вони вважають, що їх успіхи та невдачі залежать від їх власних дій і зусиль, а не від зовнішніх обставин або випадковості. Люди з зовнішнім локусом контролю (екстернали), натомість, вірять, що зовнішні обставини, такі як удача, впливають на їх успіхи та невдачі, і що вони не мають повного контролю над своїм життям. За дослідженнями психологів (Л. Карамушка, І. Заїка, І.Калініченко), особи з внутрішнім локусом контролю схильніші до проявів тривоги, депресій, фрустрації.

Робота працівників рекламних агентств пов'язана зі спілкуванням з людьми і тим самим підвищує ризик емоційного вигорання. Це поступовий процес зниження рівня позитивних гормонів, емоційної та фізичної енергії. На першому етапі у працівників спостерігається позитивне ставлення до своєї діяльності, вони намагаються вникнути у всі можливі деталі, у них багато мотивації та ентузіазму [2, с. 105].

У рекламній сфері працівники рекламних агентств повинні виконувати безліч завдань одночасно та враховувати велику кількість інформації та деталей (клієнти, персонал, майданчик, логістика, обладнання, документи). З цього приводу виникає інформаційний стрес, що призводить до емоційного вигорання та прояву фрустрації [3, с. 72] Професійна діяльність цієї категорії завжди пов'язана з певними ризиками в процесі роботи, тобто, настільки працівник мотивований до нових досвідів та може зробити вибір, який потенційно може привести до успіху або невдачі.

Висновки. Детермінантами соціальної фрустрованості визначено: акцентуації особистості, як характерологічний чинник; локус контролю, що відображає властивість та здатність особистості брати на себе відповідальність за всі події у власній життєдіяльності, або ж покласти віру в зовнішні обставини на випадковість; схильність до ризику, що відображає рівень віри в свої здібності та впевненість в успішному вирішенні ризикованих ситуацій.

Література

1. Калініченко Т.І. Формування та розвиток організаційної культури агропромислових підприємств: автореф. дис. ... канд. екон. наук : 08.00.04. Міжнар. ун-т бізнесу та права. Херсон, 2010. 20 с.
2. Заїка І.В. Сутність та вплив соціального напруження на діяльність загальноосвітніх навчальних закладів. Технологія роботи психолога в організації: тези II Всеукраїнської науково-практичної конференції студентів, аспірантів та молодих вчених (26-27 жовтня, 2016 року, м. Запоріжжя). ЗНУ, 2015. С. 22–24.
3. Карамушка Л.М. Соціальна фрустрованість освітнього персоналу: зв'язок зі складовими організаційної культури загальноосвітніх навчальних закладів. *Актуальні проблеми психології*: Зб. наук. праць. Ін-ту психології імені Г.С. Костюка НАПН України. Т.І: Організаційна психологія, економічна психологія, соціальна психологія. Вип. 45, 2016. С. 40–48.

СОЦІАЛЬНО-ПСИХОЛОГІЧНІ ДЕТЕРМІНАНТИ ПСИХОЛОГІЧНОГО ЗДОРОВ'Я МОЛОДІ В УМОВАХ ВОЄННОГО СТАНУ

Основною проблематикою дослідження є стан соціально-психологічного здоров'я молоді в умовах війни. Дослідження детермінант психологічного здоров'я населення в українських реаліях є особливо важливим в умовах соціальної напруженості, спричиненої, зокрема, соціально-економічною кризою та військовим конфліктом на території України. Досить великий вплив мають на здоров'я людей сукупність і взаємозалежність соціально-психологічних чинників та особливостей поведінки. Детальне дослідження саме їх під час воєнного стану дасть змогу краще зрозуміти, які зміни відбулися в психологічному здоров'ї молоді та які заходи необхідно здійснювати далі. Також отримані дані допоможуть покращити методи лікування та профілактики психічних захворювань постраждалих під час воєнних дій.

Нашою **метою** є наведення результатів емпіричного дослідження, яке виявило зв'язок між соціально-психологічними детермінантами та складовими психологічного здоров'я молоді в умовах воєнного стану.

Згідно теоретичного аналізу [1], психологічне благополуччя є багатокомпонентною структурою, яка містить соціально-психологічні аспекти, пов'язані з базовими людськими цінностями, потребами та загальним задоволенням життям і собою.

Дослідниця К. Ріфф серед основних складових психологічного благополуччя зробила акцент на суб'єктивній емоційній оцінці особистістю себе і свого власного життя, а також на аспектах самоактуалізації та особистісному зростанні [1]. У своїй моделі психологічного здоров'я вона виділила шість основних складових психологічного благополуччя: наявність мети в житті, позитивні відносини з іншими, особистісне зростання, управління оточенням, самоприйняття та автономія.

До соціально-психологічних детермінант психологічного здоров'я нами було віднесено такі особистісні властивості, пов'язані із взаємодією та спілкуванням.

1) Емоційні бар'єри у міжособистісному спілкуванні:

— невміння керувати емоціями, дозувати їх — виникнення проблем при необхідності стримувати чи дозувати прояв неприємних емоційних переживань, внутрішньої напруги, негативного відношення до інших людей;

— неадекватний прояв емоцій — емоційні реакції часто бувають несправжніми або такими, що не відповідають реальній ситуації спілкування;

— негнучкість і невиразність емоцій — схильність відчувати серйозні труднощі у вираженні емоційної підтримки оточуючим;

— домінування негативних емоцій — частіше переважають прояви негативних емоційних станів, внутрішньої напруги, незадоволеності, зниженого настрою та песимістичності;

— небажання зближуватися з людьми на емоційній основі — прагнення уникати емоційних контактів, приховування симпатії до інших, стримування проявів власних почуттів, відчуття напруженості та дискомфорту в ситуаціях неформального спілкування, що ґрунтується на особистісних відносинах [3].

2) Агресивність — нестриманість, наявність труднощів у відносинах із людьми та схильність до створення конфліктних ситуацій [4].

3) Комунікативні здібності.

4) Організаційні здібності.

Було проведено емпіричне дослідження, в якому взяли участь 30 респондентів віком від 15 до 45 років, а саме були опитані такі категорії: школярі, держслужбовці, військовослуж-

бовці та студенти. З них 8 чоловіків і 22 жінки. Було використано ряд адаптованих психодіагностичних методик: опитувальник «Шкали психологічного благополуччя» (К. Ріфф), «Виявлення комунікативних і організаторських здібностей» (Б.А. Федоришин), опитувальник «Самооцінка станів тривожності, фрустрації, агресивності та ригідності» (адаптований варіант методики Г. Айзенка), методика «Діагностика емоційних бар'єрів у міжособистісному спілкуванні» (за В. Бойко).

За результатами кореляційного аналізу виявлено 5 статистично значимих зв'язків компоненту «позитивні відносини між тими, що оточують» із соціально-психологічними детермінантами, а саме:

- 1) прямий сильно значимий зв'язок з «комунікативними здібностями» ($r = 0,49; p \leq 0,01$);
- 2) прямий значимий зв'язок з «організаторськими здібностями» ($r = 0,37; p \leq 0,05$);
- 3) протилежний сильно значимий зв'язок з «агресивністю» ($r = -0,52; p \leq 0,01$);
- 4) протилежний сильно значимий зв'язок з бар'єром «негнучкість і невиразність емоцій» ($r = -0,58; p \leq 0,01$);
- 5) протилежний сильно значимий зв'язок з бар'єром «домінування негативних емоцій» ($r = -0,54; p \leq 0,01$).

Саме вміння комунікувати та організовувати свою діяльність позитивно впливають на відносини з оточуючими, а агресивність і такі бар'єри як негнучкі, невиразні та негативні емоції доволі сильно пригнічують стосунки.

На автономію виявили вплив кореляційний значимий прямий зв'язок з комунікативними здібностями ($r = 0,41; p \leq 0,05$) та протилежний сильно значимий зв'язок з бар'єром у спілкуванні «негнучкість та невиразність емоцій» ($r = -0,52; p \leq 0,01$). Можна сказати, що негнучкі та невиразні емоції можуть спричинити непорозуміння під час спілкування та відстоювання своїх думок, особистих меж, у той час як навички спілкування та комунікації дають можливість краще справлятися з тиском з боку інших.

Щодо управління середовищем, то кореляційний аналіз виявив значимий прямий зв'язок з комунікативними здібностями ($r = 0,43; p \leq 0,05$) і значимий зворотній зв'язок з домінуванням негативних емоцій ($r = -0,37; p \leq 0,05$). Отже, відчуття впевненості у вирішенні проблем покращується завдяки підвищенню навичок комунікації. При появі негативних емоцій може з'явитися відчуття безпорадності та песимістичний настрій, людина перестає вірити у те, що вона здатна подолати труднощі.

Особистісне зростання, відчуття прогресу в своєму житті має кореляційні зв'язки з агресивністю і негнучкістю та невиразністю емоцій. Було визначено, що існує протилежний значимий взаємозв'язок помірної сили між шкалою «особистісне зростання» та агресивністю ($r = -0,42; p \leq 0,05$) і прямий значимий з бар'єром «негнучкістю та невиразністю емоцій» ($r = 0,36; p \leq 0,05$), що свідчить про те, що агресивність може стати на заваді саморозвитку та прогресу в справах, а от невиразність емоцій, можливо навіть їх ігнорування виявляє позитивний вплив.

Кореляційний аналіз виявив зв'язки між цілями у житті та 3 чинниками: невмінням керувати емоціями, дозувати їх ($r = -0,46; p \leq 0,05$), комунікативними ($r = 0,42; p \leq 0,05$) та організаційними здібностями ($r = 0,53; p \leq 0,01$). Значний позитивний вплив на чіткість цілей та їх можливість досягти має вміння організовувати себе та свою діяльність, також не менш важливим для цілеспрямованості є вміння комунікувати та взаємодіяти з соціумом. Якщо казати про невміння керувати емоціями та проблеми їх дозування, то дана детермінанта може надавати розмитості цілям або навіть спричинювати їх відсутність.

Останній компонент самоприйняття має зв'язки з комунікативними ($r = 0,56; p \leq 0,01$) та організаторськими здібностями ($r = 0,50; p \leq 0,01$) і двома бар'єрами, а саме з «невмінням керувати емоціями, їх дозувати» ($r = -0,38; p \leq 0,05$) та домінуванням негативних емоцій ($r = 0,39; p \leq 0,05$). Сильно значимий вплив мають вміння та навички взаємодіяти з соціумом та організовувати діяльність на позитивне відношення до себе, визнання та прийняття своїх хороших і поганих якостей. Значимий негативний ефект мають бар'єри, вони можуть підвищувати незадоволеність собою, викликати бажання людини бути кимось іншим, а не собою [2].

Висновки. Психологічне здоров'я являє собою сукупність взаємозалежних чинників соціального та психологічного характеру. Було описано основні соціально-психологічні детермінанти, такі як комунікативність, організованість, агресивність та емоційні бар'єри. Також було здійснене дослідження, яке показало зв'язок між компонентами та детермінантами соціально-психологічного здоров'я. Можна сказати, що між компонентами психологічного благополуччя та майже усіма детермінантами, за винятком виявився вплив, як негативний, так і позитивний. Отримані дані дослідження можна використати для покращення психологічного здоров'я та профілактики захворювань.

Література

1. Кашлюк Ю.І. Основні чинники, які впливають на психологічне благополуччя особистості. *Збірник наукових праць К-ПНУ імені Івана Огієнка, Інституту психології імені Г.С.Костюка НАПН України*. 2016. Режим доступу: http://scholar.googleusercontent.com/scholar?q=cache:eUxCbC5D8qAJ:scholar.google.com/+%D0%BF%D1%81%D0%B8%D1%85%D0%BE%D0%BB%D0%BE%D0%B3%D1%96%D1%87%D0%BD%D0%B5+%D0%B1%D0%BB%D0%B0%D0%B3%D0%BE%D0%BF%D0%BE%D0%BB%D1%83%D1%87%D1%87%D1%8F&hl=uk&as_sdt=0,5.
2. Карсканова С.В. Опитувальник «Шкали психологічного благополуччя» К. Ріфф: процес та результати адаптації. 2011. Режим доступу: <https://www.academia.edu/4482649/%D0%9E%D0%BF%D0%B8%D1%82%D1%83%D0%B2%D0%B0%D0%BB%D1%8C%D0%BD%D0%B8%D0%BA>.
3. Тишакова Л., Балабанова К. Роль емоційної компетентності особистості в подоланні емоційних бар'єрів у спілкуванні. *Вісник Національного університету оборони України*. Т. 64. Вип. 6, 2022. С. 119-125 <http://visnyk.nuou.org.ua/article/view/249556>
4. Карамушка Л.М., Креденцер О.В. та ін. Методики дослідження психічного здоров'я та благополуччя персоналу організацій: Психологічний практикум. К.: Інститут психології імені Г.С. Костюка НАПН України, 2023. 76 с.

Яроцька К.В.

«Психологія», 4 курс

*Київський національний економічний університет
імені Вадима Гетьмана*

Науковий керівник — к.психол.н., доцент, доцент кафедри педагогіки та психології Ловка О.В.

ІНДИВІДУАЛЬНО-ПСИХОЛОГІЧНІ ДЕТЕРМІНАНТИ ВИБОРУ СТУДЕНТАМИ РОЛЬОВИХ ПОЗИЦІЙ В ГРУПІ

Актуальність дослідження психології малих груп полягає у вивченні динаміки груп та особливостей їхніх учасників з метою розуміння внутрішньогрупових процесів та групової взаємодії. На прикладі детального дослідження питання знаходження та визначення типу зв'язку між схильністю до вибору рольових позицій у малій групі та індивідуально-психологічними детермінантами, розгляд наявної теоретичної бази та її поглиблення, на нашу думку, стане ключем до покращення процесу діяльності, як майбутніх психологів, так і вже практикуючих спеціалістів.

Дослідження особливостей розподілу ролей у групі надає можливість віднайти новий підхід до створення ефективних команд / груп з більшою вірогідністю досягнення успішних результатів, а також стати підґрунтям для можливих подальших досліджень, присвячених питанням лідерства та вирішенню конфліктів.

Мета нашої роботи полягає у здійсненні теоретичного обґрунтування та емпіричного дослідження зв'язку між схильністю до вибору рольових позицій студентами в малій групі та їхніми індивідуальними властивостями.

Поява досліджень, присвячених визначенню особливостей взаємодії між індивідом та суспільством, створення на їхньому підґрунті рольових теорій, охарактеризування малих груп, рольових позицій почалося лише на початку ХХ ст. Їх можна пов'язати з іменами науковців Р. Тернер, Дж. Мід, Г. Зіммель, Я. Морено, Р. Парк, Р. Лінтон та ін. У нашій роботі ми пропонуємо звернути увагу на комбінацію з тих індивідуальних властивостей, що до цього часу не були досліджені в такому поєднанні. Конкретно йде мова про впевненість у собі, комунікативно-організаторські схильності, рівень суб'єктивного контролю або, як його ще називають, локус контролю.

Першим з термів, на які ми звернули увагу під час написання теоретичної частини нашого дослідження, було поняття *групи*. Дефініцію ми використали з Тлумачного психологічного словника Віктора Борисовича Шапара: група — це «обмежена розміром спільність людей, що виділяється або яку виділяють із соціального цілого за певних ознак: характеру діяльності, соціальної або класової приналежності, структури, композиції, рівня розвитку тощо» [1, с. 81].

Так як основним колом наших досліджуваних є студенти, то відповідно наступним ключовим поняттям для нас є саме *мала група*. Керуючись загальними характеристиками групи та ознаками саме малої групи наводимо таке визначення, що мала група — це малочисельне об'єднання людей, пов'язаних спільною метою та безпосередньою взаємодією між собою [2, с. 8–9].

За визначенням автора Robert K. Merton одним із ключових факторів впливу на формування схильності до вибору рольових позицій є *статусно-рольові характеристики особистості*, а саме поняття соціального статусу та ролі [1, с. 62–63]. Щоб розуміти відмінності ми представили інтерпретацію кожної з характеристик.

1. Соціальний статус — місце індивіда в соціальній структурі, де він має дотримуватися певних прав та обов'язків [5, с. 25].

2. Авторитет — здатність людини впливати на інших [3, с. 94].

3. Ранг — визначена позиція в соціумі, котра формується в залежності від відношення людини до її оточення та інших соціальних явищ, що відбуваються в межах груп, до яких людина входить.

4. Позиція — система поглядів, уявлень та установок особистості, її місце у міжособистісних відносинах між членами групи [4, с. 83].

5. Соціальна роль — модель поведінки, що орієнтована на певний статус [4, с. 141].

Центральним поняттям нашого дослідження було виділено *рольову позицію*. На жаль, не існує одного конкретного загальноприйнятого визначення, яким би ми могли скористатися. Тому в нашій роботі ми пояснюємо його через об'єднання дефініцій статусно-рольових характеристик, а саме соціальної ролі та позиції. Результат комбінації має такий вигляд, рольова позиція — це прийнятий людиною образ займаного ним положення у групі.

Наше дослідження ґрунтувалося на підході Мередіта Белбіна, а саме його моделі командних ролей. Мається на увазі його бачення рольових позицій у межах малої групи.

Сам науковець тлумачить командні ролі як «...діапазон корисних моделей поведінки, що роблять ефективний вклад у роботу команди, обмежений. Ці моделі поведінки об'єднані в ряд пов'язаних кластерів, до яких буде застосовуватися термін «Командні ролі» [2]. Проте в нашій роботі *командні ролі* ми визначаємо, як характеристики особистості, за допомогою яких можна описати поведінку людини, її взаємодію з іншими членами групи, коли та є частиною команди та має здійснювати певну діяльність, що буде спрямована на досягнення спільної цілі.

Науковцем було введено у використання такі дев'ять командних ролей [2]:

1. генератор ідей — новатори команди. Генерують безліч ідей щодо виконання поставлених завдань;

2. реалізатор — організують та реалізують досягнення мети. Дисципліновані та старанні члени команди;

3. виконавець — виконує поставлені перед ним задачі, знаходить помилки. Відповідальний, звертає багато уваги на деталі;
4. координатор — виконує обов'язки людини, що займається мотивацією інших членів команди та регулюванням дотримання їхніх обов'язків. Впевнена в собі особистість;
5. дипломат — є об'єднуючою ланкою команди, допомагають у створенні комфортного для всіх учасників психологічного клімату. Гнучкі та доброзичливі;
6. дослідник— займаються встановленням та розвитком контактів. Максимально товариські та екстравертовані особистості;
7. творець — творчі члени команди, котрі генерують ідеї вирішення проблем та перевіряють на коректність виконання поставлених задач. Можуть стимулювати оточуючих, використовуючи тиск;
8. експерт — оцінюють пропозиції та обирають найкращі з них. Особистості з високо розвинутим критичним мисленням;
9. фахівець — члени команди, котрі спеціалізуються виключно в одній сфері та готові вирішувати питання лише в тій ланці, де найкраще розуміються.

До *індивідуально-психологічних детермінант вибору* нами було віднесено:

1. впевненість у собі — ставлення індивіда до самого себе і залежно від цього здатності людини взаємодіяти з оточенням та здійснювати будь-яку діяльність;
2. комунікативно-організаторські схильності — система здібностей, якими керується людина під час процесу організації та прийняття участі в міжособистісній взаємодії;
3. рівень суб'єктивного контролю — своєрідне узагальнення причин, якими керується особистість при здійсненні оцінки та інтерпретації власної та оточуючих її людей поведінки. Оцінювання відбувається за шкалою інтернальності (внутрішній локус контролю) — екстернальності (зовнішній локус контролю).

Для здійснення емпіричної частини нашого дослідження було обрано наступні психодіагностичні методики: методика «Оцінка комунікативних і організаторських схильностей — КОС» (В. Синявського і Б. Федоришина), тест Р.М. Белбіна «Командні ролі», тест «Впевненості в собі» В. Ромека, опитувальник «Рівень суб'єктивного контролю» Дж. Роттера. Підрахунки здійснювалися за допомогою програми SPSS для знаходження наявності або відсутності кореляції між домінуючою серед респондентів командною роллю «Дипломат» та індивідуально-психологічними детермінантами, про які ми говорили раніше. Проведення обробки відбувалося за допомогою аналізу кореляцій Спірмена.

Таблиця 1

РЕЗУЛЬТАТИ КОРЕЛЯЦІЙНОГО АНАЛІЗУ СПІРМЕНА

Індивідуально-психологічна детермінанта	Командна роль «Дипломат»
Комунікативні здібності	«,273» слабкий статистичний зв'язок, пряма кореляція; «,097» недостовірний зв'язок.
Організаторські здібності	«-,089» зв'язок недостатньої сили, обернена кореляція; «,596» достовірний зв'язок.
Загальна інтернальність	«-,023» слабкий статистичний зв'язок, обернена кореляція; «,892» достовірний зв'язок.
Інтернальність в галузі досягнень	«,044» слабкий статистичний зв'язок, пряма кореляція; «,792» достовірний зв'язок.
Інтернальність в галузі невдач	«,095» високий статистичний зв'язок, пряма кореляція; «,570» достовірний зв'язок.

Індивідуально-психологічна детермінанта	Командна роль «Дипломат»
Інтернальність у сфері сімейних відносин	«,036» слабкий статистичний зв'язок, пряма кореляція; «,830» достовірний зв'язок.
Інтернальність в галузі виробничих відносин	«-,196» зв'язок недостатньої сили, обернена кореляція; «,238» недостовірний зв'язок.
Інтернальність в галузі міжособистісних відносин	«,077» достатній статистичний зв'язок, пряма кореляція; «,647» достовірний зв'язок.
Інтернальність у сфері здоров'я та хвороби	«,065» достатній статистичний зв'язок, пряма кореляція; «,699» достовірний зв'язок.
Впевненість	«-,117» зв'язок недостатньої сили, обернена кореляція; «,485» недостовірність зв'язку.

Одержані результати свідчать про наявність зв'язку між командними ролями та загальним показником інтернальності, а також в сферах/ галузях досягнень, невдач, сімейних відносин, міжособистісних відносин, здоров'я. Окрім цього, ми визначили наявність зв'язку з організаторськими здібностями. Проте, орієнтуючись на рівень статистичної значущості, ми можемо стверджувати про високий зв'язок лише між командними ролями та інтернальністю в галузі невдач, міжособистісних відносин і сфери здоров'я.

Висновки. Отже, в результаті проведення теоретичного та емпіричного дослідження ми змогли теоретично обґрунтувати та емпірично визначити індивідуально-психологічні детермінанти вибору рольових позицій особистості у групі, отримали достовірні кореляційні зв'язки.

Проведена робота дала нам результат, що на схильність вибору студентами тих чи інших рольових позицій впливає частково рівень суб'єктивного контролю та організаторські здібності.

Література

1. Merton R. K. Social theory and social structure. 3rd ed. New York : Free Press, 1968. 702 p.
2. The Nine Belbin Team Roles. Belbin. High Performing Teams. URL: <https://www.belbin.com/about/belbin-team-roles>
3. VandenBos G.R., Staff A.P. A. American Psychological Association. Dictionary of Psychology. American Psychological Association, 2015. 1204 p.
4. Воляннюк Н.Ю., Ложкін Г.В., Винославська О.В. та ін. Соціальна психологія: навч. посіб. для здобувачів ступеня бакалавра. КПІ ім. Ігоря Сікорського. К.: КПІ ім. Ігоря Сікорського, 2019. 254 с.
5. Черних Г.А. Особливості концептуалізації понять соціальний «статус» та «роль» в теоретичній соціології ХХ ст. *Актуальні проблеми соціології, психології, педагогіки: Збірник наукових праць*. К.: Фенікс, 2011. Вип. 12. С. 30–36.

Секція 3. Особистісна стійкість: відповідь викликам життя

Алексіна Н.Ю.

«Психологія», 4 курс

Київський національний економічний університет
імені Вадима Гетьмана

Науковий керівник — ст. викл. кафедри педагогіки та психології Лавриненко Д.Г.

ПРОЯВИ ДИТЯЧОЇ ТРАВМИ ТА ПСИХОЛОГІЧНА ГНУЧКІСТЬ ЕКОНОМІЧНО АКТИВНОЇ МОЛОДІ: ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ

Наблизити зміст поняття «психотравма» до сучасного його розуміння допомогла низка зарубіжних дослідників шляхом введення таких термінів: «недорозвинутість органу» (А. Адлер, 1907); «афект жаху» (М. Баженов, 1927); «набута психічна інвалідність» (П. Ганнушкін, 1927); «нейропсихічний травматизм» (Л. Брусиловський, М. Бруханський, Т. Сегалов); «патологічне горе» (Lideman, 1944); «бойова втома» (L. Bartemeor, 1946); «синдром в'язнів концентраційних таборів» (V. Frankl, 1959; W. Niderland, 1964); «посттравматичний невроз виживших» (R. Leopold, 1963); «велика стресова реакція» (P. Bourne, 1970); «військовий травматичний невроз» (C. Levy, 1971; P. Bourne, 1972); «синдром згвалтованих» (A. Burges, 1974); «постемоційний синдром» (Y. Poiso, 1976); «травматична епідемія» (М. Пірогов, 1977); «посттравматичний стресовий розлад» (PTSD) (Ch. Figley, 1978; M. Horowitzetal., 1980); «соціально стресовий розлад» (Ю. Александровський, 1991); «психосоціальні наслідки катастроф» (В. Краснов, 1997) та інші.

Термінологія, що використана при наданні описових характеристик змістовної складової поняття «психотравма», цілком відображає приналежність її авторів до певного професійного напрямку (медицина, психологія) або наукових течій (психоаналіз, біхевіоризм, гуманістична психологія, екзистенційна психологія тощо). На думку О. Кісь, певна лексика відображає тогочасні історичні події та глобальні соціальні і природні катастрофи й екстремальні події [3].

Психологічна гнучкість як теоретичний конструкт і наукова ідея зародилася в лоні психології, тож саме її представники розробили основні науково-теоретичні аспекти цього феномена. З позицій психології, когнітивна гнучкість трактується як розумова здатність переключатися з однієї думки на іншу й обмірковувати кілька речей одночасно; як спроможність адаптувати мислення або увагу у відповідь на зміну обставин, цілей та/або зовнішні стимули.

Перші психолого-експериментальні дослідження з цієї проблеми спрямовувалися на з'ясування того, як гнучкість пізнавальних здібностей забезпечує розв'язання множинних «когнітивно складних» завдань [2].

У науковій літературі з психології гнучкість сприймається як одна з основних якостей творчого мислення. Гнучкість мислення формується у перебудові наявних методів розв'язання поставлених завдань, у доцільному варіюванні способів, у зміні способу, який перестає бути результативним, на оптимальний спосіб. Мисленнєві рішення включають дослідження ознак об'єкта, орієнтування на значущі у зазначеній ситуації ознаки, визначення відмінностей і подібностей, причинно-наслідкових зв'язків та залежностей, виокремлення закономірностей.

З урахуванням різних психолого-педагогічних підходів до визначення терміна «когнітивна гнучкість» (вітчизняний вектор наявних досліджень психологічної гнучкості), можна виділити найбільш значущі її структурні компоненти:

1. здатність і готовність до варіювання методів дій як доцільна дія. Створення та здатність застосовувати різні методи вирішення поставлених завдань;
2. здатність і готовність до перебудови знань, навичок та їх структур на підставі перетворених умов. У тому числі, перехід із прямого ходу вирішення проблеми на зворотний;

3. здатність і готовність до оперативного і точного перемикання з одного застосовуваного методу на інший [1].

Література

1. Мартіросян М.В. Копінг-стратегії професійної стійкості особистості адвоката: дис. канд. псих. наук: 19.00.01. Луцьк, 2019. 228 с.
2. Савчук Б., Котенко Р., Пантюк М. Науково-теоретичні засади когнітивної гнучкості як базової компетентності майбутнього фахівця XXI століття. *Актуальні питання гуманітарних наук*. 2021. Вип. 38. Т. 3.С. 132–137.
3. Титаренко Т.М., Лепіхова Л.А. Психологічна профілактика стресових перевантажень серед шкільної молоді: науково-методичний посібник. К.: Міленіум, 2006. 204 с.

Береженна О.Ю.

*«Психологія», 1 курс, магістратура
Київський національний економічний університет
імені Вадима Гетьмана*

Науковий керівник — к.психол.н., доцент кафедри педагогіки та психології Колесніченко Л.А.

РЕЗИЛЬЄНТНІСТЬ ЯК ВАЖЛИВА ОСОБИСТІСНА ВЛАСТИВІСТЬ ПОДОЛОННЯ СТРЕСУ В УМОВАХ ВІЙСЬКОВИХ ДІЙ

На сьогоднішній день умови нашого життя є настільки нестабільними, що кожна людина має бути готовою до різних життєвих ситуацій. Однією з таких стресових ситуацій стало повномасштабне вторгнення в Україну, яке змінило життя багатьох людей та змусило адаптуватись до нових реалій. У зв'язку з такими обставинами, як ніколи, виникає питання збереження психологічного здоров'я наших громадян, які щохвилини перебувають в психологічному і моральному потрясінні. Саме тому перед фахівцями в галузі психології актуалізується потреба в глибокому, цілеспрямованому вивченні умов збереження психологічної стабільності та резильєнтності людини.

Сьогодні цей термін широко застосовують у психології, медицині, соціальній роботі та інших науках, яке розглядають у контексті впливу на людину під час стресових ситуацій і здатності до її відновлення і нормального функціонування.

Феномен резильєнтності за кордоном вивчають досить давно. Вперше даний термін використали Е. Вернер та Р. Сміт. У 1955 році науковці розпочали фундаментальне дослідження феномена резильєнтності. Вони застоювали дане поняття для позначення здатності психіки відновлюватися після впливу негативних чинників. Саме Е. Вернер та Р. Сміт і запровадили цей термін у психології [1].

А у 2020 на Всесвітньому економічному форумі, який проходив у Давосі, під час обговорення перспективи на найближчі п'ять років стосовно топ-10 необхідних навичок у майбутньому, окрім активного навчання, гнучкості, толерантності до стресу було виділено також і резильєнтність [2].

Окрім того, проблему резильєнтності, як властивість подолання стресу, у своїх працях описували українські вчені: О. Біляковська, Ю. Бойко-Бузиль, І. Євтушенко, Т. Кетлер-Митницька, А. Ключко, Г. Лазос, О. Хамініч тощо. Серед закордонних науковців слід виділити: Дж. Боннано, С. Ваніштендаль, Е. Вернер, Дж. Девідсон, К. Коннор, Т. Коско, С. Мадді, Е. Мастен, М. Руттер, Р. Сміт та ін.

Та незважаючи на значну кількість наукових праць, які стосуються даної проблеми, єдиного тлумачення щодо резильєнтності на сьогодні не визначено. Адже термін включає широкий спектр питань, тому різні науковці по різному трактують дане визначення.

Так, найчастіше його визначають як: здатність психологічно відновлюватися; збереження позитивної поведінки, не дивлячись на досвід перебування у стресових ситуаціях; хороше відновлення після травми; психологічна стабільність незважаючи на негаразди; компетентне функціонування організму в умовах стресу і протистоянні з невдачами тощо.

Наприклад, А. Ключко у своїй роботі зазначає, що: «Резильєнтність — це здатність особистості «відновитися» після кризи до докризового психічного й фізичного стану, та згідно з теорією «посттравматичного зростання», прийняти будь який негативний результат кризи для особистісного зростання і найкращої якості життя» [3, с. 193].

Г. Лазос вважає, що: «Резильєнтність як процес включає фазу повернення назад, до гомеостазу (попередньої зони комфорту), яке полягає в тому, щоб «просто пережити» важку подію. За можливості повернення у власну «зону комфорту» люди мають «спокусу» відмовитися від перспектив подальшого зростання, уникаючи ймовірних негараздів та додаткових зусиль. Водночас, цей вид відновлення неможливий у випадках втрати фізичного здоров'я, втрат близьких та рідних тощо» [4, с. 81].

У свою чергу, дослідники С. Пирожков, Є. Божок, Н. Хамітов зазначають, що: «Резильєнтність як риса особистості має складний, багатовимірний і динамічний комплекс особливостей людини, її здатністю, утримувати відносно стабільні, здорові рівні психологічного та фізичного функціонування внаслідок впливу окремої потенційно руйнівної події, а також здатність відчувати позитивні емоції та навчатись на власному досвіді. Психологічний сенс резильєнтності може визначатись як здатність індивіда протистояти і адаптуватися до несприятливих та травматичних подій. Наголошується, що це є персональна характеристика особистості, яка моделює або пом'якшує негативні наслідки стресу і сприяє адаптації особистості» [5].

Отже, проаналізувавши зазначене, можна дійти висновку, що резильєнтність — це психологічна здатність людини адаптовуватися до стресових ситуацій і відновлюватися після пережитих несприятливих подій.

Розглядаючи цей феномен, для змістовнішого і точнішого розуміння, нам варто ознайомитися з його ознаками.

Так, Г. Лазос виділяє такі характеристики резильєнтності: це біопсихосоціальне явище, яке охоплює особистісні, міжособистісні та суспільні переживання і є природним результатом різних процесів розвитку протягом певного часу; має динамічний процес; розглядається як багатовимірна концепція, що має системний характер; пов'язана зі здатністю психіки відновлюватися після несприятливих умов; залежно від фокусу та предмета дослідження може розглядатися як певна характеристика особистості, притаманна тій або тій людині; залежить від багатьох внутрішніх і зовнішніх факторів; відіграє важливу роль у здатності та формуванні посттравматичного зростання особистості [4, с. 86].

Науковці зазначають, що життєвий досвід підвищує здатність людини до резильєнтності: що більше в людини досвіду, то більша ймовірність, що вона почуватиметься впевнено в нових складних ситуаціях [6, с. 16].

На сьогоднішній день в психології існує багато моделей резильєнтності. Модель резильєнтності особистості — це система стійких позитивних рис особистості, її ресурс, який сприяє успішному поверненню людини до нормального психічного та фізичного стану після стресових і травматичних подій. Проаналізувавши роботи закордонних дослідників, О. Чиханцова та К. Гуцол розробили власну модель резильєнтності особистості і виокремили її складові компоненти:

- оптимізм. Люди з вираженим здоровим оптимізмом дивляться у майбутнє впевнено;
- соціальні контакти (оточення). Резильєнтні люди здатні створювати й використовувати мережу особистісних контактів, тобто систему людських стосунків;
- самопроєктування. Здатність діяти, виходячи з власного проєкту відносно свого майбутнього та здійснення життєвих планів;
- самоставлення. Резильєнтні люди мають уявлення щодо світу та самих себе, забезпечують прогнозування своєї соціальної ефективності та ставлення до себе оточення, регулюють міжособистісні відносини;

– цілі. Люди розважливо та свідомо планують своє майбутнє, обираючи відповідні цілі для досягнення конкретної мети;

– смисли. Резильєнтні люди знаходять покликання і присвячують себе тому, що дає їм мету та смисл життя. Відчуття відданості значущій справі додає мужності, рішучості та життєвої сили [6, с. 21].

Отже, дослідивши роботи українських і закордонних учених слід зазначити, що даний феномен розглядають як здатність психологічного відновлення людини під час стресових і травмуючих ситуацій за допомогою особистісних ресурсів. Тому, проаналізувавши викладацький матеріал, можна дійти висновку, що в умовах війни підхід до розуміння резильєнтності набуває великої актуальності. Адже, резильєнтність є першим кроком до покращення психологічного благополуччя кожної людини після впливу негативних чинників.

Література

1. Werner E., Smith R. *Overcoming the odds: high risk children from birth to adulthood*. Ithaca, New York : *Cornell University Press*, 1992.

2. Whiting K. These are the top 10 job skills of tomorrow — and how long it takes to learn them. *weforum.org*. URL: <https://www.weforum.org/agenda/2020/10/top-10-work-skills-of-tomorrow-how-long-it-takes-to-learn-them>

3. Клочко А.О. Резильєнтність як ресурс особистості в умовах воєнного стану. *Актуальні проблеми права, психології та педагогіки в умовах війни: матеріали міжнародної науково-практичної онлайн-конференції*. 13–14 квітня 2023 р. С. 192–194.

4. Лазос Г.П. Теоретико-методологічна модель резильєнтності як основа побудови психотехнології її розвитку. *Організаційна психологія. Економічна психологія*. 2019. № 2–3. С. 77–89.

5. Пирожков С.І., Божок Є.В., Хамітов Н.П. Національна стійкість (резильєнтність) країни: стратегія і тактика випередження гібридних загроз. *Вісник Національної академії наук України*. 2021. № 8. С. 74–82.

6. Чиханцова О., Гуцол К. Психологічні основи розвитку резильєнтності особистості в період пандемії Covid-19: практичний посібник. *Національна академія педагогічних наук України, Інститут психології імені Г.С. Костюка*. Київ, 2022. 128 с.

Бригадира А.О.

«Психологія», 4 курс

*Київський національний економічний університет
імені Вадима Гетьмана*

*Науковий керівник — к.психол.н., доцент, доцент кафедри педагогіки та психології
Колесніченко Л.А.*

ОСОБИСТІСНІ ЧИННИКИ ГЛИБИННОЇ ГОТОВНОСТІ ДО ПРОБАЧЕННЯ

Пробачення є соціально-психологічним феноменом, що дозволяє конструктивно вирішувати зовнішні та внутрішні конфлікти. Глибока готовність до пробачення може допомогти людям відновити довіру один до одного та створити здоровіші та більш гармонійні стосунки.

Феномен пробачення і готовності до пробачення пов'язані між собою, але це різні поняття. Пробачення — це процес трансформації негативного ставлення до кривдника та ситуацій отримання шкоди, що проявляється у почуттях, діях та переконаннях. Він характеризується звільненням від негативних емоцій, таких як гнів, образа та розчарування, пов'язаних з минулими образами та кривдником і зміною думок та поведінки щодо них. А готовність до пробачення — це схильність та здатність до пробачення.

У психології існує кілька підходів до вивчення феномена пробачення, включаючи:

– когнітивний підхід. Цей підхід до вивчення пробачення зосереджений на процесах мислення, що призводять до пробачення. Він передбачає, що пробачення є результатом зміни мислення та оцінки подій, які призвели до образи чи неправильного вчинку. В рамках когнітивного підходу психологи досліджують, як люди оцінюють події, які думки та емоції у них виникають у результаті цих оцінок, і як зміна цих думок та оцінок може призвести до пробачення;

– емоційний підхід. Цей підхід до вивчення пробачення зосереджено на емоційних аспектах процесу. Він припускає, що пробачення пов'язане з певними емоціями, такими як співчуття, емпатія, симпатія та розуміння. У межах цього підходу дослідники вивчають, як емоції впливають на готовність прощати як і емоційна регуляція може допомогти у процесі пробачення;

– соціальний підхід. Цей підхід до вивчення пробачення зосереджено на соціальних та культурних аспектах процесу. Він передбачає, що пробачення залежить від суспільних норм, цінностей та очікувань. У рамках соціального підходу дослідники вивчають, як культура та суспільство впливають на процес пробачення, як соціальні відносини та контекст впливають на готовність прощати, і як суспільні норми можуть сприяти чи ускладнювати процес пробачення;

– психодинамічний підхід. Цей підхід до вивчення пробачення зосереджений на динаміці внутрішніх конфліктів і протиріч, які можуть перешкоджати процесу пробачення. У рамках психодинамічного підходу дослідники вивчають як особистісні риси, внутрішні конфлікти та неусвідомлені процеси можуть перешкоджати готовності прощати і як пробачення може допомогти у вирішенні цих конфліктів [3].

На даний час виділяють три модальності пробачення: дарування пробачення (жертва прощає кривдника), отримання пробачення (кривдник приймає пробачення від жертви, самопробачення (людина прощає себе за конкретну провину) [4].

Пробачення — багатогранний процес, що вимагає сил і енергії й звільняє від образ. Прояв пробачення в міжособистісних стосунках у загальному вигляді може бути визначений як рішення відмовитися від негативних думок, емоцій та поведінкових проявів щодо особи, яка незаслужено образила іншого, підтримування позитивних думок, поведінкових проявів та емоції щодо того ж кривдника.

Змістовно-динамічні характеристики пробачення як самостійного соціально-психологічного феномена включають міру, вибірковість, парціальність (за аналогією з феноменом довіри). До основних психологічних функцій пробачення відносяться:

- 1) прощати, щоб бути вільним від емоцій, що душать;
- 2) прощати, щоб відчувати єдність і спільність з оточуючими;
- 3) прощати, щоб бути відкритим новому досвіду;
- 4) пробачення як фактор зцілення відносин для взаємного зростання: набуття сенсу та переоцінка цінностей, вихід на новий рівень комунікацій [3].

Феномен готовності розглядається найчастіше як активний стан особистості, який відображає зміст завдання, що стоїть перед нею, і умови її виконання. Методологічно готовність до діяльності стає однією з центральних категорій, що пояснює та описує внутрішню психічну реальність, сполучною ланкою між «психічним станом» і «психічним процесом» [1].

Готовність суб'єкта до пробачення розглядається як схильність особи пробачати і в міжособистісних стосунках визначається як здатність особистості починати конструктивні взаємини з особами, незважаючи на шкоду, заподіяну ними раніше.

Причинами пробачення виступають неможливість чи нездатність мститися, готовність завдати шкоди, нарешті, символічне заміщення шкоди актом пробачення кривдника. Таким чином, готовність до пробачення є раціональним рішенням суб'єкта, який вважає себе ображеним. Соціальний вплив може спонукати суб'єкта до пробачення, ускладнюючи реалізацію помсти, показуючи переваги пробачення відносно помсти [4]. Коли завдана шкода, то постраждалий може бажати завдати шкоду у відповідь — реально чи в своїх фантазіях. І в проце-

сі готовності до пробачення людина відмовляється від даного бажання. Це один з аспектів готовності до пробачення.

Глибинна готовність до пробачення є складним процесом, який залежить від багатьох факторів, включаючи особистісні. Деякі з особистісних факторів, які можуть вплинути на глибинну готовність до пробачення, включають:

- емпатію. Здатність розуміти і відчувати емоції інших людей може допомогти людині краще зрозуміти, чому людина здійснила дії, які вона хоче пробачити. Емпатія може допомогти їй бачити речі з перспективи іншої людини і краще розуміти, що призвело до ситуації, яку вона хоче пробачити;

- самоконтроль. Готовність до пробачення може також залежати від здатності контролювати свої емоції та реакції. Якщо людина не може контролювати свої емоції, то їй може бути важко пробачити, навіть якщо ви хочете це зробити;

- самосвідомість. Здатність розуміти свої власні думки, емоції та поведінку може допомогти краще зрозуміти, чому людина хоче пробачити. Самосвідомість також допоможе їй визначити, які перешкоди можуть заважати готовності до пробачення і як вона зможе їх подолати.

- самоефективність. Віра у свою здатність пробачити може допомогти людині подолати труднощі та досягти глибинної готовності до пробачення. Якщо людина впевнена, що може пробачити, вона більш мотивована працювати над цим процесом;

- релігійні переконання. Для деяких людей релігійні переконання можуть відігравати важливу роль у глибинній готовності до пробачення [3].

Ці особистісні чинники можуть вплинути на глибинну готовність до пробачення, але вони є не єдиними. Важливо пам'ятати, що кожна людина унікальна і що фактори, що впливають на її готовність до пробачення, можуть бути різними.

Розвинений емоційний інтелект є провідним фактором розвиненості готовності до пробачення. Емоційний інтелект інтегрує у собі здібності та вміння правильної диференціації різних емоцій, вміння викликати конкретні емоції, навички розуміння емоцій та певна сукупність знань для аналізу та регуляції емоцій.

Рядом дослідників було встановлено, що пробачення і готовність до пробачення пов'язані з вираженими емпатійними тенденціями, альтруїстичною та комунікативною спрямованістю особистості, соціально-психологічною установкою на альтруїзм і не пов'язані з установкою на егоїзм [3]. Виходячи зі своїх власних інтересів та вигод, пов'язані з глористичною спрямованістю особистості (спрямованістю на самоствердження) та соціально-психологічною установкою на егоїзм.

Отже, можемо зробити висновки, що феномен пробачення і готовності до пробачення пов'язані між собою, але це не те саме поняття. Пробачення — це процес трансформації негативного ставлення до кривдника та ситуації отримання шкоди, що проявляється у почуттях, діях та переконаннях щодо них. Воно характеризується звільненням від негативних емоцій, таких як гнів, образа та розчарування, пов'язаних з минулими образами та кривдником і зміною у поведінці. Готовність до пробачення — це психологічна характеристика особистості, яка може впливати на здатність до пробачення. Люди з високим рівнем готовності до пробачення схильні до того, щоб прощати швидше і глибше, ніж люди з низьким рівнем готовності до пробачення. Готовність до пробачення може залежати від таких факторів, як емпатія, співчуття, релігійність та досвід життя.

Література

1. Сокур А.В., Носенко Е.Л. Готовність до пробачення як особистісний ресурс стресоподолання. *Проблеми особистості в сучасній науці: результати та перспективи дослідження*: Матеріали XX Міжнар. конференції молодих науковців. К.: Логос, 2018. С. 266–269.

2. Сокур А.В. Готовність до пробачення себе та інших: особливості внеску в успішність життєдіяльності. *Актуальні питання педагогіки та психології: наукові дискусії: Матеріали наук.-практ. конф.* Харків: Східноукраїнська організація «Центр педагогічних досліджень», 2018. С. 83–87.

3. Enright R.D. Psychological Science of Forgiveness: Implications for Psychotherapy and Education. Presented at the Conference, Neuroscience and Moral Action: Neurological Conditions of Affectivity, Decisions, and Virtue. Pontificia Universita della Santa Croce. Rome, Italy. February 28, 2011. URL: www.couragerc.net.

4. Enright R.D. Human Development Study Group. Counseling within the forgiveness triad: On forgiving, receiving forgiveness, and self-forgiveness. *Counseling and Values*. 1996. N. 40. P. 107–126.

Гончар О.А.

«Психологія», 2 курс, магістратура

Київський національний економічний університет

імені Вадима Гетьмана

Науковий керівник — канд.психол.н., доцент, доцент кафедри педагогіки та психології

Колесніченко Л.А.

ЧИННИКИ, ЩО ВПЛИВАЮТЬ НА ПРИЙНЯТТЯ РІШЕНЬ ПЕРСОНАЛОМ ОРГАНІЗАЦІЇ

У процесі діяльності організації її персонал та керівний склад стикатиметься з необхідністю прийняття рішень, що будуть відрізнятися масштабом, впливом на подальшу роботу організації чи взаємодію між працівниками. У випадку з керівним складом організації та її членами існує багато чинників, що матимуть вплив на їх діяльність, одним з аспектів якої є й прийняття управлінських рішень.

Розгляд чинників, що впливають на прийняття рішень персоналом організації, є важливим. Такими чинниками, наприклад, можуть бути: рівень організаційної слухняності, рівень мотивації особистості, суб'єктивний локус контролю, рівень невизначеності ситуації та інші.

У даній статті ми розглянемо результати емпіричного дослідження, яке було спрямоване на дослідження чинників, які пов'язані з прийняттям рішення персоналом організації. Вибіркою слугували 18 співробітників організації «Аудиторська палата України» (далі — АПУ). Вік досліджуваних — 5,5 % (1 особа) від 18 до 25 років, 78 % (14 осіб) 26 — 45 років, 16,5 % (3 особи) 46 — 60 років; стать — 16,5 % (3 особи) чоловічої статі, 83,5 % (15 осіб) жіночої статі; стаж — від 0 до 1 року — 1 особа (5,5 %), від 1 року до 3 — 2 особи (11 %), від 3 років до 10 — 1 особа (5,5 %), більше 10 — 14 осіб (78 %).

Для дослідження було використано такі методики:

- Мельбурнський опитувальник прийняття рішень;
- Шкала організаційної слухняності (Ertas Capan G., & Uzuncarsili U.);
- Тест визначення самоефективності Маддукса і Шеера.

У результаті проведеного дослідження та аналізу результатів можна казати про такі результати.

Серед працівників АПУ найбільше проявляється такий стиль прийняття рішень, як «Пильність» (11 % високий рівень і 89 % дуже високий рівень), а найменш виражений «Прокрастинація» (27,5 % низький, 67 % середній та 5,5 % високий) та «Надпильність» (11 % низький, 49,5 % середній і 38,5 % високий рівень).

Отже, більшість персоналу приймаючи рішення будуть уточнювати цілі, розглядати альтернативи, що пов'язані з пошуком інформації та її аналізом перед вибором, а також у меншій мірі схильні до уникання прийняття рішення і перекладання відповідальності на інших та раціоналізацію наявних альтернатив.

Говорячи про прояв організаційної слухняності, то найвираженішими є «Сліпа слухняність» і «Деструктивна слухняність», що мають по 100 % середніх результатів, а найменш вираженим є прояв «Беззаперечної слухняності» та «Слухняного порушення», які мають по 72,5 % низьких результатів.

Сліпа слухняність і деструктивна слухняність характеризується виконанням отриманих наказів, без задавання додаткових питань і схильністю до ментальних моделей, які дозволяють звільнитися від відповідальності за дії, коли працівники стикаються з авторитетними особами і саме за цими шкалами були отримані лише середні показники. Можливо такі результати були отримані тому, що дана методика перебуває в процесі адаптації, і вона потребуватиме модифікації.

Розглядаючи результати опитувальника самоефективності Маддукса і Шеера, можна говорити про те, що самоефективність у сфері спілкування більше проявляється на середньому рівні (78 % результатів), на низькому та високому по 11 % результатів, а самоефективність у сфері діяльності також проявляється на середньому рівні (67 % результатів), на низькому та високому по 16,5 % результатів.

Дані результати говорять, що за шкалою «Самоефективність у сфері спілкування» респонденти з низькими результатами не мають достатнього рівня впевненості у тому, що зможуть успішно застосовувати власні необхідні компетенції під час взаємодії з людьми. Високі результати говорять про те, що вони мають впевненість, що відповідні компетенції зможуть успішно застосовувати в ситуації взаємодії з людьми. За шкалою «Самоефективність у сфері діяльності» низькі результати говорять, що опитувані не впевнені в своїх компетенціях та набутому досвіді, аби застосовувати його в майбутньому та отримувати бажаний результат. Високі результати респондентів говорять, що їх власні компетенції й набутий раніше досвід у конкретному виді діяльності можуть застосовуватись в аналогічній діяльності в майбутньому, досягнувши при цьому успіху.

Прямий високозначимий зв'язок між уникненням та примусовою слухняністю (див. таб. 1) демонструє, що працівники які уникають приймати рішення, мають високий показник примусової слухняності, яка характеризується комунікацією між керівником та підлеглим і використанням покарань (матеріального та нематеріального, вербального та психологічного характеру).

Таблиця 1

**РЕЗУЛЬТАТИ КОРЕЛЯЦІЙНОГО АНАЛІЗУ МІЖ ПОКАЗНИКАМИ МЕТОДИК
«МЕЛЬБУРНЬСЬКИЙ ОПИТУВАЛЬНИК ПРИЙНЯТТЯ РІШЕНЬ»
ТА «ШКАЛА ОРГАНІЗАЦІЙНОЇ СЛУХНЯНОСТІ» (ERTAS SAPAN & UZUNCARSILI)**

	Уникнення
Примусова слухняність	0,654

Обернений значимий зв'язок між уникненням та самоефективністю у сфері діяльності (табл. 2).

Чим впевненішим у своїй самоефективності в діяльності є працівник, тим рідше він буде використовувати уникнення, прокрастинацію та надпильність у прийнятті рішень.

Обернений значимий зв'язок між прокрастинацією та самоефективністю у сфері діяльності. Причиною такого результату може бути те, що працівник, який впевнений у своїх професійних якостях та має професійний досвід, спираючись на нього буде приймати рішення одразу, не відкладаючи його на потім.

Обернений високозначимий зв'язок між надпильністю та самоефективністю у сфері діяльності. Причиною даного результату може бути те, що людина, яка впевнена у своїх професійних діях та може застосовувати набутий досвід у майбутньому, буде менше часу

витрачати на вибір між різними альтернативами. Тобто, працівники будуть швидше приймати рішення, опираючись на свій минулий досвід.

Таблиця 2

**РЕЗУЛЬТАТИ КОРЕЛЯЦІЙНОГО АНАЛІЗУ МІЖ ПОКАЗНИКАМИ МЕТОДИК
«МЕЛЬБУРНСЬКИЙ ОПИТУВАЛЬНИК ПРИЙНЯТТЯ РІШЕНЬ»
ТА ТЕСТОМ ВИЗНАЧЕННЯ САМОЕФЕКТИВНОСТІ МАДДУКСА І ШЕЕРА**

	Уникнення	Прокрастинація	Надпильність
Самоефективність у сфері діяльності	-0,585	-0,487	-0,733

Дані результати говорять про такі важливі фактори, які впливають на прийняття рішень, як рівень організаційної слухняності (примусова слухняність) та переконання людини в тому, що власні компетенції і набутий раніше досвід у діяльності вона зможе застосовувати в аналогічній діяльності в майбутньому, досягнувши при цьому бажаного результату (самоефективність у сфері діяльності).

Висновок. Отже, як можна побачити, на прийняття рішень співробітників організації можуть впливати такі чинники, як організаційна слухняність та самоефективність у сфері діяльності. Подальші дослідження можуть вказати на можливий вплив інших чинників і підтвердити отримані результати на більшій вибірці.

Домославська Ю.П.

«Психологія», 2 курс магістратури

Київський національний економічний університет

імені Вадима Гетьмана

Науковий керівник — к.психол.н., доцент, доцент кафедри педагогіки та психології Музичко Л.В.

**ВПЛИВ ЖИТТЄСТІЙКОСТІ НА ПСИХОЛОГІЧНУ
САМОРЕГУЛЯЦІЮ ОСОБИСТОСТІ**

Кризовий стан, у якому перебуває українське суспільство в умовах війни, вимагає від особистості протистояння, збереження, відновлення та розвитку людського капіталу. Додатково надає актуальності специфіка трансформації соціально-психологічному вивченню життєвої сили особистості, з урахуванням особливостей процесу трансформації населення України.

Стійкі особистісні якості, як було встановлено в дослідженнях вітчизняних науковців, зокрема, К.Р. Маннапової [1], а також закордонних учених, зокрема D.E. Clarke [3], базуються на засадах, які спонукають людину змінити сприйняття подій, які виникають через стрес. Ставлення людини до викликів та її здатність використовувати наявні внутрішні ресурси для ефективного управління ними визначають ступінь сприйняття, до якого людина здатна впоратися з труднощами та змінами, з якими вона стикається щодня. Згідно поглядів американського психолога С. Мадді, зміст поняття розкривається як диспозиція, що містить в собі три порівняно автономних компоненти: залученість, контроль, прийняття ризику. Виразність цих компонентів і життєстійкості загалом перешкоджає виникненню внутрішньої напруги в стресових ситуаціях завдяки стійкому подоланню стресів і сприйняття їх як менш значущих. На думку С. Мадді, життєстійкість особистості покращується у разі використання нею трьох технік: реконструкції ситуації, фокусування та компенсаторного самовдосконалення [4].

Реконструкція ситуацій має головний компонент — уяву. Вона допомагає шляхом реконструкційного відтворення проаналізувати стресові ситуації і з'ясувати, як діяти в тій чи іншій ситуації та дозволяє простежити власні помилки, наслідки та зробити висновки.

Фокусування, як техніка, сприяє пошуку та використанню прихованих і неусвідомлених емоційних реакцій, що дає змогу обійти неможливість прямо трансформувати стресові обставини. За для власної користі особистості, ця техніка може допомогти їй навчитися переформулювати сприйняття стресової ситуації з використанням власних можливостей.

Компенсаторне самовдосконалення, за неможливості використання фокусування, допомагає сконцентруватися на іншій ситуації, та вирішуючи її, отримати додатковий стимул для вирішення попередньої ситуації.

З точки зору С. Мадді, взаємодопомога та взаємна підтримка є основою відносин для життєздатних людей, де трансформаційний копінг виражається життєстійкістю. Життєстійкість є важливою психологічною характеристикою, яка дозволяє людям адаптуватися до різних ситуацій, зберігаючи їхню цінність та цілі. У зв'язку з цим, життєстійкість можна розглядати у якості ключового фактору ефективної саморегуляції особистості.

Саморегуляція — це процес, який дозволяє людині контролювати свої дії та емоції з метою досягнення власних цілей. У зв'язку з тим, що людина наразі знаходиться в ситуації, коли їй потрібно контролювати свої дії та реагувати на події навколо, саморегуляція є необхідною умовою ефективної життєстійкості. Психологічна саморегуляція виступає здатністю до контролю та регуляції власних думок, емоцій та поведінки [4].

Проведеними дослідженнями та отриманими в них результатами С. Мадді відіграв вагомую роль у створенні програми підвищення життєстійкості, яка отримала назву *Hardiness Enhancing Lifestyle Program (HELP)*. Одним з головних компонентів вищезазначеної програми є саморегуляція за допомогою практик, що дозволяють людині розслабитись. Для цього застосовується робота з м'язами та диханням, різноманітні способи розтирання рук, використання методів біологічного зворотного зв'язку та методів роботи з уявою.

Частиною процесу саморегуляції та усвідомленого досягнення мети є шлях подолання, який забезпечує мобілізацію та інтеграцію психологічних особливостей людини задля досягнення цілей життєдіяльності. Йдеться про копінг-стратегії як усвідомлені прийоми та способи, які людина застосовує, щоб впоратися зі складними, часом травматичними, життєвими обставинами. Саморегуляція, із застосуванням копінг-стратегії, як зазначає С.К. Нартова-Бочавер, формує гармонійну поведінку особистості. На її основі розвивається здатність керувати собою, а відтак, досягати успіху в різних сферах життя. Життєві випробування не минають для жодної людини, тому важливо вміти ефективно їх опанувати [2].

І. Solcova та Р. Tomaneck розглядають життєстійкість як певну кількість ресурсу для того, щоб перетворити життєві події в нові можливості. Життєстійкість пов'язана з формуванням здатності до саморегуляції особистості, де ресурси, що актуалізуються в стилях і стратегіях подолання, є динамічною єдністю когнітивних та особистісних можливостей людини. Для розвитку життєстійкості необхідно навчитися використовувати ефективні копінг-стратегії та практики саморегуляції: використання позитивного мислення, підтримка соціальної мережі, наявність позитивних взаємин з навколишніми людьми тощо [5].

Копінг-стратегії в рамках структури саморегуляції є чинником забезпечення певних важливих частин та провідником, за допомогою якого глибинні психологічні структури забезпечують поведінкову саморегуляцію в стресових ситуаціях. Таким чином, розвиток процесів поведінкової саморегуляції спрямований на зменшення частоти використання неефективних копінг-стратегій подолання, підвищення стійкості до невизначених ситуацій та підвищення життєстійкості в цілому.

Література

1. Маннапова К.Р. Життєстійкість в системі поняття життєздатності. *Вісник Харківського національного педагогічного університету імені Г.С. Сковороди. Психологія*. Вип. 44 (1), 2012. С. 143–150.

2. Нартова-Бочавер С.К. «Coping behavior» в системе понятий психологии личности. *Психологический журнал*. № 5, 1997. С. 20–30.
3. Clarke D.E. Vulnerability to stress as a function of age, sex, locus of control, hardiness and type a personality. *Social behavior and personality*. Vol. 23. № 3, 1995. P. 285–286.
4. Maddi S., Khoshaba D. Hardiness and Mental Health. *Journal of Personality Assessment*. Vol. 63. № 2, 1994. P. 265–274.
5. Solcova I., Tomanek P. Daily stress coping strategies: An effect of Hardiness. *Studia Psychologica*. Vol. 36. №5, 1994. P. 390–392.

Жук Л.С.

*«Психологія», 2 курс, магістратура
Київський національний економічний університет
імені Вадима Гетьмана*

Науковий керівник — д.психол.н., проф. кафедри педагогіки та психології Савченко О. В.

ЧИННИКИ ПСИХОЛОГІЧНОГО БЛАГОПОЛУЧЧЯ ЛЮДЕЙ ПОХИЛОГО ВІКУ

Протягом останніх десятиліть у дослідженнях психологічного благополуччя, дослідники зосереджувалися на цілісному підході та загальних аспектах вивчення цього психологічного феномену. При цьому звертається мало уваги на особливості різних вікових груп. Дане теоретичне дослідження спрямоване на аналіз чинників психологічного благополуччя людей похилого віку у вітчизняній та зарубіжній літературі, що в майбутньому допоможе краще дослідити особливості переживання психологічного благополуччя особами даної вікової групи.

Метою нашого дослідження є теоретичний аналіз феномену психологічного благополуччя та визначення ймовірних чинників, що впливають на переживання психологічного благополуччя людей похилого віку.

Для розуміння феномену психологічного благополуччя людей похилого віку ми орієнтуємось на дефініцію, запропоновану К. Ріфф у рамках евдемоністичного підходу (від грец. *Eudaimonia* – щастя, блаженство). Психологиня запропонувала багатовимірну модель психологічного благополуччя та визначила даний феномен як складне психічне явище, яке включає в себе 6 компонентів позитивного психологічного функціонування особистості. В поєднанні ці всі аспекти і формують стале переживання психологічного благополуччя. Основними компонентами моделі психологічного благополуччя є 1) позитивна оцінка себе і свого минулого життя; 2) почуття подальшого зростання і розвитку як особистості; 3) переконання, що власне життя є цілеспрямованим і значимим; 4) успішні стосунки з оточуючими; 5) здатність ефективно керувати своїм життям і навколишнім середовищем; 6) почуття самовизначення [1].

З точки зору сторонніх осіб літня людина може бути благополучною (її життя може відповідати певним критеріям благополуччя — наявність родини, роботи, задовільний стан здоров'я тощо), але на психологічному рівні вона такою себе не відчуває, переживає невдоволення та нереалізованість. Тобто, людина може об'єктивно сприйматися благополучною, але суб'єктивно такою не бути [2].

У своєму дослідженні О. Коваленко дійшла висновку, що благополучнішими є ті особи, які продовжують працювати. В результаті вони відмічають, що мають більше близьких осіб, більш довірливими є їхні міжособистісні стосунки з оточуючими людьми, краще протидіють соціальному тиску в думках і вчинках, ефективніше використовують різні життєві обставини у повсякденних ситуаціях, відкритіші до нового досвіду, мають відчуття осмисленості свого минулого і сьогодення, позитивніше ставляться до самих себе [2].

Велика кількість дослідників вивчала вплив матеріального аспекту життя на рівень психологічного благополуччя особистості. Перші дослідники психологічного благополуччя

Н. Бредберн і Е. Дінер виявили взаємозв'язок психологічного благополуччя з рівнем доходу [3]. Також одним з важливих чинників психологічного благополуччя осіб похилого віку є постійне навчання новому, що дозволяє підтримувати на певному рівні когнітивні здібності особистості.

Важливо розглянути не тільки ті чинники, що сприяють підвищенню рівня психологічного благополуччя осіб похилого віку, а й ті, що посилюють та викликають негативні емоції, тим самим знижуючи рівень психологічного благополуччя. Такими факторами можуть виступати: 1) економічна і соціальна незахищеність людей похилого віку, байдужість суспільства до проблем цієї категорії населення; 2) заклопотаність життєвими проблемами людей, в результаті чого вони не можуть надати своїм літнім батькам належної уваги; 3) суперечність між засвоєними у попередні роки цінностями і тими, що культивуються в сучасному суспільстві; 4) маніпулювання думками людей з боку політиків; 5) негативний вплив засобів масової інформації на емоційний стан та умонастрій цієї категорії людей; 6) зруйнованість у родинах зв'язків між поколіннями, що звужує можливість спілкування людей похилого віку; 7) відсутність соціально-психологічної служби допомоги людям похилого віку.

О. Коваленко також говорить про ті чинники, що можуть заважати особам похилого віку на шляху до вищого рівня психологічного благополуччя. Такими чинниками можуть виступати: ізоляцією від родичів і друзів, політична та економічна ситуація у країні, відсутні широкі можливості для самореалізації [2].

Задоволеність життям і успішність пристосування до природній процесів старіння залежить, у першу чергу, від здоров'я. Негативний ефект слабкого здоров'я може пом'якшуватися через механізми соціального порівняння та соціальної інтегрованості осіб похилого віку. Ціннісні орієнтації також можуть мати вплив на рівень психологічного благополуччя особистості — вони можуть допомагати адекватно ставитися до закономірних вікових змін, знаходити пріоритети у житті, не заглиблюючись лише у буденні справи.

Також ми припустили, що важливу роль у переживанні задоволеності життям і загального благополуччя може грати сімейний статус особистості — вдівець/вдова, розлучений (а) або одружений (а).

Висновки. Отже, взявши за основу визначення К. Ріфф, що психологічне благополуччя є складним багатовимірним явищем, що поєднує 6 компонентів, необхідних для позитивного функціонування особистості. Чинниками психологічного благополуччя осіб похилого віку можуть бути такі фактори: наявність роботи, рівень соціальної активності, стабільна економічна та політична ситуація у країні, матеріальне забезпечення, включеність у постійне навчання, сімейне положення, стан здоров'я, соціальна інтеграція та соціальний внесок, а також переважаючі ціннісні орієнтації особистості.

Література

1. Ryff C.D. Psychological Well-Being Revisited: Advances in the Science and Practice of Eudaimonia. *Psychother Psychosom.* 2014. Vol 83, P. 10–28. DOI: <https://doi.org/10.1159/000353263>

2. Коваленко О.Г. Психологічне благополуччя літніх осіб та їхня професійна зайнятість. *Профорієнтація: стан і перспективи розвитку*: збірник матеріалів Х ювілейних Всеукраїнських психолого-педагогічних читань, присвячених пам'яті доктора педагогічних наук, професора Федоришина Бориса Олексійовича / за ред. Н.В. Павлик. Київ: Інститут педагогічної освіти і освіти дорослих імені Івана Зязюна НАПН України, 2020. С. 63–65.

3. Diener E. Cross-cultural correlates of life satisfaction and self-esteem. *Journal of Personality and Social Psychology.* 1995. 68. P. 653–663.

Коваль Д.А.

«Психологія», 4 курс

Київський національний економічний університет
імені Вадима Гетьмана

Науковий керівник — д.психол.н., професор кафедри педагогіки та психології Савченко О.В.

ДОМІНУЮЧІ ЕМОЦІЇ МОЛОДІ НА ТЛІ ТРИВАЛОЇ СТРЕСОВОЇ СИТУАЦІЇ (ПОВНОМАСШТАБНОЇ ВІЙНИ НА ТЕРИТОРІЇ УКРАЇНИ)

24.02.2022 почалась повномасштабна війна в Україні, котра, безумовно, призвела до доволі складного емоційного стану кожного українця. Страх, гнів і тривога, біль, огида та розпач, розгубленість, безсилля, сором, провина, апатія й смуток, радість, збудження — усе це відчувають українці у ситуації, що склалася. І це — нормально відчувати такі емоції та переживання в такій ненормальній ситуації.

Важливо розуміти й приймати свої емоції. Це знизить ризик посттравматичного стресового розладу (ПТСР) та збереже психіку, а можливо, й життя. Під час війни вершниками емоцій стають страх, гнів, безсилля та провина. Вони можуть суттєво ускладнити взаємодію людини з іншими, тому варто вивчати їх.

Емоції — це переживання людиною ситуативного чи дієвого значення предметів та явищ минулого, теперішнього або майбутнього [1, с. 438].

Ми керуємось наступним визначенням поняття «емоція»: це — біологічно обґрунтований психологічний стан, що виникає у результаті нейрофізіологічних змін, які пов'язані з думками, почуттями, поведінковими реакціями і ступенем задоволення чи страждання [2, с. 9].

Мета дослідження — виявити домінуючі емоції у молодих осіб, віком до 35 років, під час військових дій на території України.

Основні припущення, які перевірялись у дослідженні:

H1: у складній ситуації введення військового стану та тривалих військових дій на території України у досліджуваних будуть переважати негативні емоції;

H2: серед негативних емоцій будуть переважати емоції пригнічення (депресивний спектр) над активізуючими емоціями (переживання гніву).

Нами було вирішено проводити дослідження за допомогою методики вимірювання позитивного та негативного афекту PANAS (Positive and Negative Affect Schedule, Watson, Clark and Tellegen, 1988).

Ієрархічна модель емоцій — теоретична основа методики, яка і не сприймається як однозначна всіма дослідниками, але є достатньо обґрунтованою. Основною ідеєю є те, що позитивні та негативні переживання не варто розглядати як взаємні протилежності, оскільки вони достатньо незалежні та мають різні кореляти [3, с. 119].

Позитивний афект (ПА) має відношення до відчуття енергійності, активності та залученості. Якщо рівень ПА низький, емоційний стан людини характеризується млявістю та смутком. Щодо негативного афекту (НА), це загальний вимір суб'єктивного дистресу та неприємної залученості, який охоплює різноманітні неприємні стани настрою, наприклад гнів, зневага, огида, провина, страх та нервозність. Низький рівень НА характеризується станом спокою та безтурботністю.

Нижче наведено перелік емоцій, які вимірюються методикою ОПАНА (табл. 1). Ми пропонуємо досліджуваним визначити частоту прояву цих емоцій за шкалою: 1 — майже або зовсім ні, 2 — трохи, 3 — помірно, 4 — значною мірою, 5 — дуже сильно [3, с. 126]. Для перевірки припущень був застосований t-критерій Стьюдента для залежних вимірів.

Для збору даних було розроблено Google-форму, яка надсилалась електронною поштою досліджуваним. Вибірку склали 191 респондент. Жінки — 63 % і 37 % чоловіків. Нами також враховувались такі маркери при складанні вибірки, як: стать респондентів, вік, суб'єктивна оцінка рівня своїх доходів та соціальний статус.

СКЛАД ЕМОЦІЙНИХ ПЕРЕЖИВАНЬ, ЯКІ ОЦІНЮЮТЬСЯ В МЕТОДИЦІ ОПАНА

№	Позитивні переживання	№	Негативні переживання
1.	Зацікавлений	1.	Пригнічений
2.	Радісний	2.	Засмучений
3.	Сповнений сил	3.	Винуватий
4.	Енергійний	4.	Наляканий
5.	Впевнений	5.	Зніяковілий
6.	Зібраний	6.	Неспокійний
7.	Натхненний	7.	Тривожний
8.	Рішучий	8.	Злий
9.	Уважний	9.	Роздратований
10.	Активний	10.	Знервований

За результатами проведеного нами дослідження, було виявлено, що у досліджуваних переважають саме позитивні емоції над негативними ($t=6,76$; $p=0,000$); а серед негативних емоцій переважають емоції активації над емоціями пригніченості ($t=4,08$; $p=0,000$). Наші припущення Н1 та Н2 не підтвердились.

Наступною задачею було виявити домінуючі позитивні емоції. Ми порівняли середні значення всіх емоцій з середнім значенням емоції радість, бо вона мала найбільше значення.

Отже, ми отримали значущі розбіжності в частоті переживання емоції радість та таких емоцій: зацікавленість ($t = 2,71$; $p = 0,007$), повнота сил ($t = 2,75$; $p = 0,006$), енергійність ($t = 2,17$; $p = 0,031$), зібраність ($t = 4,38$; $p = 0,000$), натхненність ($t = 3,12$; $p = 0,002$), активність ($t = 2,90$; $p = 0,004$), рішучість ($t = 2,24$; $p = 0,026$). Ми не отримали значущість розбіжностей у частоті переживання радості та уважності та впевненості. Серед домінуючих позитивних емоцій у молоді до 35 років переважають радість, впевненість у собі та уважність.

Також нам потрібно було виявити домінуючі негативні емоції. Всі емоції ми порівнювали з частотою переживання емоції знервованість, яка отримала найбільше значення у вибірці досліджуваних. За критерієм Стьюдента для залежних вимірів ми виявили значущі розбіжності у частоті переживання емоції знервованості з емоціями зніяковілість ($t = 5,001$; $p = 0,000$), провина ($t = 6,01$; $p = 0,000$) та заляканість ($t = 4,71$; $p = 0,000$). Ми не визначили значущих розбіжностей у частоті переживання знервованості з тривожністю, неспокоєм, роздратуванням, злістю, засмученістю, пригніченістю. Отже, у молоді під час війни на території України домінує широкий спектр негативних емоцій, а саме: знервованість, тривожність, неспокій, роздратування, злість, засмученість, пригніченість.

Висновок. Встановлено, що під час повномасштабного вторгнення армії іншої держави на територію України, у респондентів (молодих осіб, віком від 17–35 років) переважають позитивні емоції над негативними. Це говорить про те, що навіть у таких тяжких умовах люди ефективно адаптуються до того, що відбувається. Серед негативних емоцій переважають емоції активації (злість, роздратування, знервованість). Домінуючими позитивними емоціями є радість, впевненість у собі та уважність. У молоді під час війни домінують такі негативні емоції: знервованість, тривожність, неспокій, роздратування, злість, засмученість, пригніченість.

Література

1. Варій М.Й. *Загальна психологія : підручник*. К. : «Центр учбової літератури». 2007. 968 с
2. Panksepp J. *Affective neuroscience : the foundations of human and animal emotions* [Афективна нейронаука: основи емоцій людини і тварин]. Oxford University Press, 2004. 480 p.
3. Кліманська М.Б., Галецька І.І. Психометрична характеристика опитувальника позитивного і негативного афекту (ОПАНА), розробленого на основі методики PANAS. *Психологічний журнал*, Том 6 Випуск 4, 2020. С. 119–132. URL: https://refugee-psychology.online/assets/downloads/PANAS_uk.pdf

Кравчук В.В.

«Психологія», 4 курс

Київський національний економічний університет

імені Вадима Гетьмана

Науковий керівник — к.психол.н., доцент, доцент кафедри педагогіки та психології Музичко Л.В.

СУЧАСНИЙ СТАН РОЗРОБКИ ПРОБЛЕМИ СОЦІАЛЬНОЇ ТРИВОЖНОСТІ В ПСИХОЛОГІЇ

Проблема соціальної тривожності для вітчизняної науки, зокрема соціальної психології, останнім часом набула неабиякого значення з огляду на характер соціальної ситуації в Україні. Починаючи березнем 2020 року громадяни перебувають в умовах карантинних обмежень у зв'язку з пандемією COVID-19, а з лютого 2023 року — в умовах воєнного стану. Зазначені соціальні умови, хоча і мають різне змістове наповнення, спричиняють схожі психологічні наслідки, серед яких і посилення соціальної тривожності громадян.

Цікавість до вивчення цього явища має певну історію, починаючи роботами К. Горні (дослідження «корінної тривоги»), Р. Мея (встановлення причини соціальної тривоги — відчуження від навколишніх, «розділення») та К. Роджерса (дослідження «розділення», яке виникає через відсутність конгруенції, тобто нещирості), А. Бандури (причиною тривожності є соціальне наслідування — те чого людина навчається від соціального оточення), а також Г. Айзенка, М. Магоні, Е. Фрома, та інших, які заклали підґрунтя сучасних досліджень. Вітчизняні соціальні психологи також приділяли увагу цій тематиці, зокрема йдеться про роботи Г. Андрєвої, В. Боштана, Є. Головахи, З. Кісарчук, В. Кисловської, М. Ландерса, М. Левітова, М. Лисенка, В. Мерліна, Я. Омельченка та багатьох інших.

Наразі для тезаурусу соціальної психології поняття соціальної тривожності є часто вживаним, однак, саме явище допоки є недостатньо дослідженим. Науковці розглядають соціальну тривожність у якості психологічного стану, який характеризується переживанням особистістю підвищеної тривоги, страху та психологічної напруги у різноманітних соціальних ситуаціях.

Сучасні вчені, зокрема ті, що працюють в конвенції когнітивно-поведінкової терапії, соціальну тривогу розглядають у якості певних замкнутих кіл, які підтримуються реакціями особи на проблему і цим самим не дозволяють її вирішити. Підтримують існування і посилення соціальної тривоги, так звані «підтримуючі кола». Д. Батлер виокремлює чотири типи таких кіл: способи мислення; способи поведінки (захист, уникання); кола сором'язливості; невпевненість та приховані переконання. А у якості індикаторів соціальної тривожності зазвичай виділяють такі види когнітивних спотворень, як надмірне зосередження на тривожних симптомах, зокрема на тому, якими вони можуть бачити інші; викривлення Я-концепції в аспекті соціальної привабливості особистості, яка переживає тривожний стан; тенденція переоцінки ймовірності отримання негативної оцінки з боку сторонніх осіб [1, с. 15–19].

Основними ознаками соціальної тривожності є переживання тривоги перед актами соціальної взаємодії, переконання в неприйнятності себе, страх виявити себе або бути негативно оціненим оточуючими. Люди з соціальною тривожністю можуть відчувати страх участі у груповій взаємодії, виступами на публіці, спілкуванням з незнайомими людьми або, навіть, спілкуванням з відомими особами [2].

Як бачимо, соціальна тривожність є виявом страху до включення у соціальні ситуації або є виразом почуття сором'язливості, незручності у соціальному оточенні. В. Боштан поуточнює, що «страх фокусується на тому, що інші подумують про вас; на тому, що вас «викриють» [2, с. 33].

Соціальну тривожність вважають одним з найпоширеніших психологічних розладів, що впливає на багатьох людей у всьому світі, а на українців наразі особливо. Цей розлад може значно впливати на якість життя і функціонування людини. Він може обмежувати соціальну активність, призводити до відчуття відокремленості, соціальної ізоляції та відсутності задоволення від міжособистісних взаємин. У деяких випадках соціальна тривожність може спричиняти симптоми депресії або інших психічних розладів [3].

Отже, супутниками соціальної тривожності є занижена самооцінка та компенсаторна поведінка. Остання має чималу кількість «масок» — це й гордощі та зарозумілість, а також перфекціоністські прагнення, поєднані зі страхом невдачі. Зазначені чинники є причинами появи соціальної тривожності, до яких також долучають егоцентричну конструкцію поведінки людини, за якої власне «Я» виступає вершиною системи цінностей з огляду на чинник уваги найближчого оточення до неї.

Сучасні дослідження, які присвячені пошуку причин появи і розвитку соціальної тривожності, підтверджують, що вона виникає внаслідок взаємодії різних факторів, серед них генетичні, неврологічні, психологічні та соціокультурні.

Генетичні фактори відіграють свою роль у розвитку соціальної тривожності. Наприклад, дослідження з родинами, які виховують близнюків, показали, що існує певна спадкова схильність до появи цього розладу. Деякі гени можуть впливати на регуляцію продукування нейротрансмітерів, таких як серотонін, що впливають на настрій і тривожність.

Інші фактори — неврологічні — також зумовлюють розвиток соціальної тривожності. Дослідження із застосуванням образного мислення та образного уявлення показують, що у людей з підвищеною соціальною тривожністю спостерігаються активність у певних частинах мозку, а саме: лобові та скроневі ділянки, які відповідають за обробку соціальної інформації та реакцію на неї.

Як і інші види тривожних станів, соціальна тривога на рівні фізичного тіла виявляється активацією вегетативної нервової системи, поверхневим диханням (на кшталт задухи), почервонінням, сильним потовиділенням, запамороченням та пришвидшеним серцебиттям, нудотою.

Психологічні фактори відіграють важливу роль у розвитку соціальної тривожності. Негативні думки, переконання та сприйняття себе як неприйнятною або «неправильною» особи можуть збільшувати тривогу у соціальних ситуаціях. Також досвід попередніх негативних взаємодій або травматичних подій може впливати на формування соціальної тривожності.

Значення соціокультурних факторів зумовлене тим, що суспільство, культурні норми, очікування та соціальний контекст можуть визначати характер сприйняття людиною соціуму та її реакцій [1; 2].

Нашу увагу привертає саме вплив психологічних факторів на прояв соціальної тривожності — ми плануємо дослідити зв'язок соціальної тривожності з оптимізмом як стійкоюособистісною позицією особистості щодо труднощів, заснована на вірі в успіх та силу людської природи.

Література

1. Батлер Д. Подолати соціальну тривогу. Пер. з англ. Д. Бусько; наук.ред. К. Явна. Серія «Сам собі психотерапевт». Львів: Вид-во УКУ: Свічадо, 2014. 96 с.

2. Боштан В. Диференціація соціальної тривожності та окреслення її основних маркерів. *Науковий вісник МНУ імені В.О. Сухомлинського. Психологічні науки*. № 1 (17), 2017. С. 28–34.

3. Гринечко А.Я. Вплив тривожності на прояв деяких індивідуально-психологічних чинників. *Вісник соціально-гуманітарного факультету*. Дрогобич: Редакційно-видавничий відділ ДДПУ ім. Івана Франка, 2009. С. 173–182.

Шерстюк Ю.Л.

«Психологія», 2 курс, магістратура

Київський національний економічний університет

імені Вадима Гетьмана

Науковий керівник — к.психол.н., доцент, доцент кафедри педагогіки та психології Музичко Л.В.

ПРОЯВ РЕЗИЛЬЄНТНОСТІ ОСІБ, ЯКІ ПЕРЕБУВАЮТЬ У ХРОНІЧНОМУ СТРЕСОВОМУ СТАНІ

Останні два десятиліття демонструють стрімке розгортання наукового інтересу до проблематики резильєнсу (англ. — *resilience*), який досліджується в межах різних наук. Така полінауковість актуалізувала потребу в створенні загальної теорії цього явища, яка б допомогла обґрунтовувати дослідження фахівців різних галузей науки. Місце психології серед таких досліджень чи не найвагоміше.

Одним з напрямків дослідження цього явища в сучасній психології стосується визначення його суттєвих змістових ознак. Зокрема, більшістю науковців визнається факт передування появи резильєнсу негативного впливу стресу або психологічного травмування. Саме такі обставини зумовили наш дослідницький інтерес, оскільки для громадян України притаманний тривалий стресовий стан (у багатьох стрес хронізувався), який попередньо був зумовлений пандемією COVID-19, а наразі — воєнними діями на території країни. Так, V. Rice та B. Liu, S. Caldeira та F. Timmins зазначають, що внаслідок впливу стрес-чинників стається травматична подія, в яку занурюється людина. Її глибина й тривалість залежатиме від низки факторів, зокрема від складових резильєнності [3]. У дослідженні щодо сутності резильєнності за авторства A.S. Fergus та M.A. Zimmerman наголошується, перш за все, на подоланні негативних наслідків впливу травмуючих подій, а також на успішності боротьби з негативними наслідками після них і уникнення негативних траєкторій подальшого життя й розвитку [4].

Українські науковці також мають схожі погляди. Зокрема, Ю.А. Паскевська вважає, що під впливом стрес-чинників розгортається травматична подія, в яку занурюється людина і глибина та тривалість цього занурення залежатиме від низки факторів, зокрема від складових резильєнності [2, с. 114].

Проблема резильєнності наразі має практичні виклики, тому розумінню сутності цього явища приділяють увагу й психологи-практики — наприклад, психотерапевт О.І. Романчук вважає, що стійкість (резильєнність) особистості є її здатністю «справлятися з життєвими випробуваннями, проходити крізь них, зберігаючи психічне здоров'я і особистісну цілісність».

Ми підтримуємо думку українських дослідників Д. Асонова та О. Хаустової щодо визначення сутності поняття резильєнність і вважатимемо, що йдеться про властивість, яка описує потенційну здатність особистості швидко відновлюватися після стресу до попереднього рівня функціонування; про певну статичну точку, яка характеризує особистість в конкретний момент перебігу процесу резильєнсу [1]. З огляду на це і будували своє емпіричне дослідження.

Для вимірювання прояву резильєнності у представників вибірки, яку було створено для проведення нашого дослідження (n = 91), було обрано Шкалу резильєнності К. Коннор — Д. Девідсона-10 (CD-RISC-10). У результаті діагностики було отримано такі результати: низький рівень прояву цієї властивості має 41 особа (45,0 %), помірний — 34 особи (37,4 %), а високий — 16 осіб (17,6 %). Отримані дані подано на рис. 1.

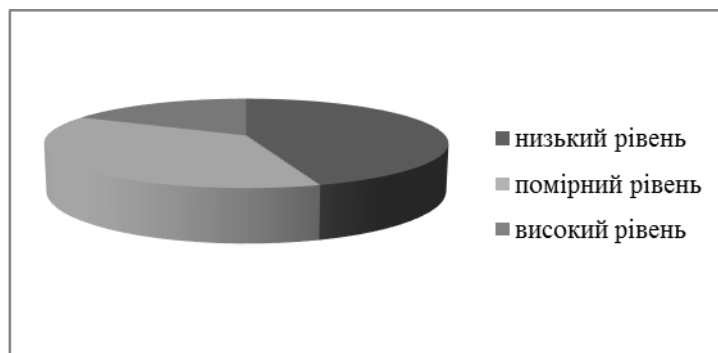


Рис. 1. Результати вимірювання прояву резильєнтності за Шкалою К. Коннор — Д. Девідсона-10 (CD-RISC-10), n = 91

Отримані дані дають можливість констатувати, що більша частка вибірки виявила низький рівень резильєнтності у ситуації тривалого стресу — 45,0 %. Майже кожен другий українець не в умовах тривалого стресу не здатний амортизувати вплив надзвичайної ситуації, зумовленою війною, через «пом'якшення» дії її соціальних та психологічних наслідків. Отже, їм важко (а декому й неможливо) адаптуватися до ситуації, що виникла внаслідок дії психотравмуючих факторів, та повернутися до того рівня психосоціального функціонування, яким він був попередньо. Такі дані актуалізують завдання для практичних психологів надавати допомогу, яка стосується подолання негативних наслідків стресу, оскільки психічні «амортизатори» у майже половини опитаних.

Наступною за кількістю є частка вибірки, яка демонструє помірний рівень резильєнтності. Йдеться про 37,4 % респондентів. Це означає, що вони посередньо стійкі до впливів стресової ситуації, в якій живуть впродовж останнього часу. Вказані особи не завжди впевнено відчують себе, а тому мають певні труднощі у разі, коли доводиться приймати рішення у нестабільній ситуації. Не завжди виявляють здатність вистояти, відновитися та зміцнитися після переживання складних життєвих ситуацій. Такий результат лише посилює виклик, про який ми говорили вище — практично зараз переважній більшості українців потрібна допомога у подоланні наслідків дії стрес-факторів у повсякденному житті.

Невелика частка дослідницької вибірки — лише 17,6 % — виявили високий рівень резильєнтності, тобто вони мають достатньо високу здатність до відновлення, зміцнення. Такі особи добре пристосовуються до стресових ситуацій, які виникають у їхньому житті. Однією з причин цього є той факт, що вони виявляють своєрідну психологічну стійкість і тому здатні впоратися з життєвими негараздами та випробуваннями, прожити їх, зберігаючи власне психічне здоров'я та особистісну цілісність.

Для підтвердження виявлених розбіжностей отримані дані було піддано статистичному аналізу — за допомогою ϕ -критерію кутового перетворення Фішера ми порівняли контрастні групи, які виявились при вимірюванні рівня прояву резильєнтності. Метою такого аналізу є встановлення факту наявності відмінності кількісного наповнення виокремлених часток вибірки. Оскільки емпіричне значення (4,08) значно перевищує критичне значення (2,81) ми відхилили припущення H_0 про відсутність розбіжностей і прийняли альтернативне припущення H_1 про те, що осіб з низьким рівнем резильєнтності більше, ніж осіб з високим рівнем резильєнтності ($p > 0,001$).

Аналогічне порівняння було здійснено стосовно кількості осіб, що виявили помірний і високий рівні резильєнтності. Зважаючи на те, що емпіричне значення (3,04) також перевищує найвище критичне значення (2,81), ми відхилили припущення H_0 про відсутність розбіжностей і констатуємо, що осіб з помірною резильєнтністю більше, ніж осіб з високою резильєнтністю ($p > 0,001$).

Отже, в умовах тривалого переживання стресу кількість людей з низькою здатністю до психологічної стійкості переважає кількість тих, хто здатний до психічної «амортизації».

Розуміючи резильєнтність як здатність людини амортизувати вплив надзвичайних ситуацій через «пом'якшення» дії їхніх соціальних та психологічних наслідків, ми вважаємо, що це відбувається завдяки актуалізації ресурсів особистості, які запобігають загостренню психологічних проблем та розладів. Резильєнтність є одним з психологічних ресурсів особистості. Для того, аби людина могла послуговуватися цим ресурсом, вона повинна вміти його набувати, підтримувати та відновлювати. У зв'язку з цим перед психологією стоїть завдання глибоко та цілеспрямовано вивчати умови збереження резильєнтності людини та її психологічної стабільності, що стане у пригоді фахівцям «допомагаючих» професій у разі необхідності здійснювати корекційні впливи. Для сучасної психології важливо отримати відповідь на питання про те, яким чином певні люди можуть виявити стійкість, відновитися, а деякі навіть психологічно зрости та стати психологічно міцнішими після складних життєвих негараздів. Зрозуміти особливості цієї спроможності людини — психологічно позитивно адаптуватися до умов життя за несприятливих обставин — це не лише можливість теоретичного осмислення явища загалом, а й можливість обґрунтувати розробку спеціальних психотехнологій профілактики та розвитку резильєнтності особистості, аби вона була здатною до самостійного подолання наслідків стресу.

Якщо розглядати резильєнтність як властивість особистості, тоді можемо говорити про можливість її розвитку завдяки цілеспрямованим впливам. Якщо цю властивість розвинути, то її прояв зберігатиметься в довгостроковій перспективі та може мати позитивний вплив на людину загалом. Отже, йдеться про те, що у такий спосіб буде створюватися важливий психологічний ресурс особистості — її резильєнтність. Для розуміння того, якими можуть бути засоби підтримки та відновлення цього ресурсу, потрібно мати виважену модель явища, а це стосується розробки якісної теорії.

Література

1. Асонов Д., Хаустова О. Розвиток концепції резилієнсу в науковій літературі протягом останніх років. PMGP. 2019. URL: <https://uk.e-medjournal.com/index.php/psp/article/view/219>
2. Паскевська Ю.А. Резилієнтність як психологічний ресурс персоналу пенітенціарних установ. *Psychological journal*. V. 8., Issue 1 (57), 2022. С. 110–119.
3. Fergus S., Zimmerman M.A. Adolescent resilience: a framework for understanding healthy development in the face of risk. *Annual review of Public Health*, N 26, 2005. P. 399.
4. Rice V., Liu B. Personal resilience and coping with implications for work. Part I: A review Work. 2016, 54 (2). DOI: 10.3233/WOR-162300

Секція 4. Прикладні аспекти розвитку адаптивного потенціалу особистості в умовах тривалої стресової ситуації

Антонюк Т.С.

«Психологія», 4 курс

Київський національний економічний університет

імені Вадима Гетьмана

Науковий керівник — ст. викл. кафедри педагогіки та психології Лавриненко Д.Г.

ЦІННІСНІ АСПЕКТИ ПСИХОЛОГІЧНОЇ ГНУЧКОСТІ ЗАЙНЯТОЇ МОЛОДІ

Сутність актуальності даної теми полягає у виокремленні та дослідженні ціннісних аспектів психологічної гнучкості у молоді, яка працює. Психологічно гнучка особистість з легкістю буде долати перешкоди, які постають перед нею, та це загалом не буде впливати на її фі-

зичний та психологічний стан. Психологічна гнучка людина адаптивна та врівноважена. В сучасному світі можна поставити наступні питання «Чому робітник С. зміг швидко адаптуватися на новій роботі, а робітник О. не порозумівся з керівництвом, та через два дні звільнився?», «Чому хтось швидко та рішуче досягає поставлених цілей в кар'єрі, а інший роками займає посаду з низькою заробітною платою?». Працююча молодь — майбутнє України, і саме тому важливо знати, чим керуються молоді працівники у своїх рішеннях.

З упевненістю можна говорити про те, що психологічна гнучкість є однією з найважливіших та найпоширеніших навичок, важливих для нашого психічного здоров'я та емоційного благополуччя. Незалежно від того, чи страждаємо ми від тривоги, депресії, залежності чи будь-якого іншого психічного розладу, психологічна гнучкість допомагає нам ефективніше справлятися з цими проблемами та рухати своє життя в значущому напрямку, в тому числі і в кар'єрному плані.

Коли ми відчуваємо розчарування на роботі, то в моменті ми можемо дозволити йому бути (відчувати свій актуальний стан), і все одно, не зважаючи на це, ефективно виконувати поставлені задачі. Психологічна гнучкість дає змогу перестати боротися із собою та спрямувати своє життя в осмислене русло [2].

Психологічна гнучкість — це здатність залишатися в контакті з теперішнім моментом, незважаючи на неприємні думки, почуття і тілесні відчуття, при цьому обираючи свою поведінку, виходячи з ситуації і особистих цінностей. Психологічна гнучкість пов'язана зі здатністю повноцінно контактувати з теперішнім моментом [1].

Коли ми психологічно гнучкіші, ми можемо оцінити ситуацію, а не емоції. Ми можемо зробити вибір, у якому почуватимемося безпечішими, оскільки він відповідає нашим цінностям. Самосвідомість лежить в основі розвитку психологічної гнучкості. Як тільки є усвідомлення нашої реакції на різні подразники, ми можемо почати змінювати свою поведінку.

Компонентами психологічної гнучкості є:

- спостерігаюче «Я»;
- прийняття;
- розчеплення;
- усвідомлені дії;
- цінності;
- контакт з актуальним моментом.

У терапії прийняття та відповідальності (ТПВ) активно працюють з навичками психологічної гнучкості. Для кожного принципу є своя специфічна методологія, вправи, домашні завдання та метафори. В ході роботи з гексафлексом (модель ТПВ) можна переміщуватись від одного компоненту на інший, комбінувати та поєднувати їх. Інструментарій дуже широкий та різнобічний, що дозволяє психологу в роботі з клієнтом працювати в будь-якому напрямку. Терапевтична практика ТПВ значно відрізняється від стандартної. Вона не про порятунок від поганих почуттів або подолання старих травм. Вона про створення багатого, насиченого, наповненого сенсом життя.

Цінності залученого життя — це основні переконання, які керують нашою поведінкою та цілями, та допомагають оцінити загальний успіх у житті. Для багатьох людей цінності починаються в дитинстві, коли батьки навчають їх тому, що вони вважають найважливішими життєвими цінностями. Сюди можна включити також загальне психологічне благополуччя.

Література

4. Biglan, A., Hayes, S.C., and Pistorello, J. (2008). Acceptance and commitment: implications for prevention science. *Prev. Sci.* 2008. Vol. 9, P. 139–152. doi: 10.1007/s11121-008-0099-4
5. Bond, F.W., Flaxman, P.E., and Bunce, D. The influence of psychological flexibility on work redesign: mediated moderation of a work reorganization intervention. *J. Appl. Psychol.* 2008. Vol. 93, P. 645–654. doi: 10.1037/0021-9010.93.3.645

Березка С.В.
«Психологія», 2 курс, магістратура
Київський національний економічний університет
імені Вадима Гетьмана
Науковий керівник — к.пед.н., доцент, доцент кафедри педагогіки та психології
Борисенко Л.Л.

ПСИХОЛОГІЧНІ ОСОБЛИВОСТІ АДАПТАЦІЇ МАЛОЇ ГРУПИ УКРАЇНЦІВ ЧЕРЕЗ РІК ПРОЖИВАННЯ В АВСТРІЇ

Те, що відбувається за останні роки в нашому суспільстві: «Революція Гідності», війна на сході (2014-2018), пандемія COVID-19 і війна в Україні проти загарбницької Росії (з 24 лютого 2022 — по теперішній час) — все це сформувало нові правила поведінки у ньому, які в свою чергу дуже стрімко трансформуються, що призводить до зниження адаптивного ресурсу особистості. Вказані останні події змусили багато людей виїхати за кордон і пристосовуватись до нових культур, цінностей. На сьогоднішній день є актуальною проблема масової еміграції населення, спричинена військовими подіями. Це вимагає дослідження особливостей адаптації українців в країнах перебування для ефективного впровадження програм психосоціальної підтримки.

Суспільство свідомо приймає і застосовує норми та правила життєдіяльності, які дозволяють йому відчувати комфорт, гідність і взаємодіяти з соціальним середовищем. Ця взаємодія і формує поняття «соціально-психологічної адаптації».

У соціальній психології соціально-психологічна адаптація розглядається як пристосування людини до соціального середовища та взаємодія з нею.

Завдяки теорії когнітивного розвитку Ж. Піаже, виникло питання про важливість ролі інтелектуальних структур в розвитку процесів адаптації. Відповідно до цієї теорії, організація розумової діяльності, що розвивається від найпростіших рухових координацій до абстрактно-логічних міркувань і формування гіпотез, забезпечує вирішення проблеми адаптації індивіда. Дослідник визначає адаптацію, як співвідношення двох векторів інтелектуальної діяльності: асиміляції та акомодатії, де асиміляція — це сукупність інтелектуальних дій індивіда, спрямованих на включення факторів навколишнього середовища в уже сформовані у нього когнітивні структури; а акомодатія — це протилежний процес впливу середовища на суб'єкт, коли він спрямовує свою діяльність на зміну вже сформованих когнітивних структур, змінює дії і уявлення, відповідно до нових обставин [4].

Відомий український вчений-психолог М.С. Корольчук трактує поняття «адаптація» — як активну системну відповідь функцій організму, що спрямована на підтримку гомеостазу та створення адекватної врегульованої програми, відповіді з мінімальними реакціями на умови, що постійно змінюються, умови діяльності, в основі якої лежать 5 основних компонентів: енергетичний, сенсорний, операційний, ефекторний та активаційний [2]. При цьому енергетичний компонент забезпечує енергетику організму і включає великий набір вегетативних реакцій; сенсорний — забезпечує аналіз зовнішнього і внутрішнього середовища, кодування інформації в послідовності нервових імпульсів; операційний — фільтрацію, селекцію й переробку інформації та вироблення на її основі рішення; ефекторний — здійснює реалізацію рішення; активаційний — визначає рівень відповіді організму, мобілізацію елементів, що включаються у програму [2].

Німецький психоаналітик Г. Гартманн (H. Hartmann, 1958) та інші психоаналітики проводять різницю між адаптацією як процесом та адаптованістю як результатом цього процесу [5, с. 24]. Добре адаптованим психоаналітики вважають людину, у якої продуктивність, здатність насолоджуватися життям і психічна рівновага не порушені. У процесі адаптації актив-

но змінюється як особистість, так і середовище, у результаті між ними встановлюються відносини адаптованості. Явно під впливом еволюційної біології Г. Гартманн вважає, що людина має преформовані засоби адаптації, які розвиваються, дозрівають і потім використовуються в процесах адаптації. Адаптивний процес регулюється з боку «Я».

Сучасні психоаналітики широко використовують введені ще З. Фройдом поняття «алопластичних» і «аутопластичних» змін і, відповідно, розрізняють два різновиди адаптації: а) алопластична адаптація здійснюється тими ж змінами у зовнішньому світі, які людина здійснює для приведення його у відповідність до своїх потреб; б) аутопластична адаптація забезпечується змінами особистості (її структури, умінь, навичок тощо), за допомогою яких вона пристосовується до середовища. До цих двох власне психічних різновидів адаптації він додає ще один: пошук індивідом такого середовища, яке є сприятливим для функціонування організму [5, с. 26–27].

Вірменський психолог, доктор психологічних наук А. А. Налчаджян визначає соціально-психічну адаптованість як такий стан взаємовідносин особистості і групи, коли особистість без тривалих зовнішніх і внутрішніх конфліктів продуктивно виконує свою провідну діяльність, задовольняє свої основні соціогенні потреби, в повній мірі йде назустріч тим рольовим очікуванням, які висуває до неї еталонна група, переживає стан самоствердження і вільного вираження своїх творчих здібностей [3].

Рівень соціально-психологічної адаптації тісно пов'язаний із психологічними характеристиками особистості та особливостями її поведінки. Модель відносин людини із соціальним оточенням і собою, закладена в основу методики соціально-психологічної адаптації Роджерса-Даймонда, яка в свою чергу виходить із концепції особистості як суб'єкта свого розвитку, здатного відповідати за свою поведінку.

Методика дозволяє оцінити інтегральні показники адаптації, самоприйняття, прийняття інших, емоційної комфортності, інтернальності, прагнення до домінування; позитивні і негативні полюси цих інтегральних показників.

Інтегральний показник адаптації відображає співвідношення адаптаційних і дезадаптаційних тенденцій функціонування людини в соціумі. Цей показник містить у собі такі аспекти, як самоприйняття, прийняття інших, емоційну комфортність, інтернальність і прагнення до домінування.

Показник адаптивності є позитивним полюсом та інтегральним показником адаптації і відображає гомеостатичні і гедоністичні ставлення людини до зовнішнього світу. Адаптивна людина критично сприймає норми і правила соціуму. Вона цінує свою особистість і особистості інших людей, ця людина прагне до самовдосконалення і не зупиняється у своєму розвитку. Вона знає свій потенціал і вміє домагатися своїх цілей. Вона успішна, активна. Це оптимістично налаштована людина. Показник дезадаптивності є негативним полюсом інтегрального показника адаптації і відображає дисгармонію у сфері соціальних відносин людини. Дезадаптивна людина найчастіше налаштована песимістично, млява, пасивна, нездатна долати свої труднощі. Вона може бути постійно незадоволена собою та іншими. Для дезадаптивної людини характерні й інші дисфоричні і депресивні риси [1].

Метою дослідження є вивчення критеріїв оцінки ефективності адаптації у новому середовищі малих груп, а саме через рік перебування українців в Австрії після вторгнення російських військ в Україну, за допомогою методики соціально-психологічної адаптації К. Роджерса та Р. Даймонда.

У ході дослідження соціальної адаптивності українців в Австрії у малій групі результати інтегральних показників наступні: адаптація — 67,4 %; самоприйняття — 79,4 %; прийняття інших — 68,1 %; інтернальність — 34,5 %; емоційна комфортність — 78 %; прагнення домінування — 55,3 % (де нижче 40 % показники інтерпретуються як низькі, більше 60 % — високі). Учасники опитування відповідали з достатнім ступенем відвертості (34,5 %). Високі показники адаптованості 152,5 при нормі 6–136 вказують на високий рівень пристосування учасників дослідження до існування в «новому середовищі» відповідно до його вимог, а та-

кож із власними вимогами, мотивами, інтересами. Високі показники шкали «прийняття себе» 49,25 при нормі 22–42 визначаються ступенем задоволеності особистостей своїми характеристиками, як результат їхньої самооцінки. В той же час за шкалою «неприйняття себе» показники склали 12,75 при нормі 14–28, що свідчить про незадоволеність їхніми особистісними характеристиками. Високі показники за шкалою «прийняття інших» свідчать про рівень потреби особистостей у спілкуванні, взаємодії, спільній діяльності. За шкалою «внутрішній контроль» показники склали 58,63 (високі) при нормі 26–52 і це свідчить, що відповідальність за події, які відбуваються в їх житті, приймаються більшою мірою на себе і це пояснюється результатами діяльності їхньої поведінки, характеру, здібностей, а за шкалою зовнішній контроль 16,5 (18–36) — про те, що домінує схильність приписувати причини того, що відбувається зовнішніми факторами (довкілля, долі і таке інше). Низький рівень за шкалою «емоційний дискомфорт» 12,88 при нормі 1–28 свідчить про невизначеність в емоційному стані (тривога, неспокій, напруженість, сильна заклопотаність чим-небудь і т.ін.). Інші шкали відповідають нормам: дезадаптивність — 73,63 (68–136), неприйняття інших — 15,5 (14–28), емоційний комфорт — 22,75 (14–28), домінування — 11,37 (6–12), відомість — 18,37 (12–24), ескапізм (ухиляння від проблем) — 13,63 (10–20). Результативність високих показників пов'язана зі створенням державних і громадських програм соціальної та економічної підтримки для українців. В свою чергу також виявлено оптимістичні погляди та стани людей, пошук стратегій та способів впоратися з новими викликами, прояви відчуття задоволеності від нових здобутків опираючись на внутрішні ресурси (навички, віру, цілі, самопідтримку тощо) та додавання опори на здобуті зовнішні ресурси (нове оточення, робота тощо) допомагають досягати певних показників. Низькі показники викликані відчуттям зобов'язаності адаптуватися, щоб вижити і бути прийнятими в новому середовищі, що звісно додає напруги і дискомфорту. Іноді це сум і відчуття безпорадності.

Отже, вивчаючи критерії оцінки ефективності адаптації українців у новому середовищі малих груп, можна констатувати, що люди перебувають на «орієнтаційному» етапі адаптації, що супроводжується постійними стресовими ситуаціями, зумовленими негативними подіями в їхній поточній життєдіяльності. Зазначимо, що особистісні властивості українців: самооцінка, ціннісні орієнтації, соціальні настанови, відповідальність, вольові якості, — також сприяють успішній адаптації до нового соціального середовища.

Література

1. Беспалова Н.В. Особливості соціально-психологічної адаптації випускників програм міжкультурного обміну, *Вісник Дніпроп. університету ім. Альфреда Нобеля. Серія «Педагогіка і психологія»*. 2 (2), 2011.
2. Корольчук М. С. Психофізіологія діяльності. Підручник для студентів вищих навчальних закладів. К. : Ельга, Ніка-Центр, 2003. 400 с.
3. Гошовський Я.О., Лазорко О.В., Кульчицька А. В., Федотова Т.В. Особистість і суспільство: методологія та практика сучасної психології : матеріали VI Міжнар. наук.-практ. інтернет-конф. (13 трав. 2019 р.) = Abstract I International Scientific & Practical Internet Conference (May 13, 2019). Луцьк: ПП Іванюк В. П, 2019. С. 13–15.
4. Столяренко О.Б. Психологія особистості. Навч. посіб. К.: Центр учбової літератури, 2012. 280 с. Режим доступу: <https://filos.lnu.edu.ua/wp-content/uploads/2020/03/Psykholohia-osobystosti.-Stoliarenko-O.-B..pdf>
5. Hartmann H. Ego psychology and the Problem of adaptation. N-Y., 1958.

Герасимова Т.В.

«Психологія», 2 курс, магістратура
Київський національний економічний університет
імені Вадима Гетьмана

Науковий керівник — к.психол.н., доцент кафедри педагогіки та психології Корват Л.В.

РОЗВИТОК КРИТИЧНОГО МИСЛЕННЯ ЗА ДОПОМОГОЮ ПРИКЛАДНИХ НАВЧАЛЬНИХ ІГОР

Сучасний світ в останньому десятилітті характеризується інтенсивними соціальними змінами, надвисоким рівнем невизначеності, перенасиченістю інформаційного середовища та високою швидкістю інформаційного потоку. Це потребує від особистості вміння неперервно адаптуватись до нових політичних, економічних та інших обставин, ефективно вирішувати проблеми, багато з яких є непередбачуваними, вміння орієнтуватися в джерелах інформації та свідомо відбирати й оцінювати дані, здатності переоцінювати власні настанови, гнучко опановувати нові навички. Однією з найзатребуваніших навичок сучасності є критичне мислення.

На підставі результатів дослідження, проведеного Всесвітнім економічним форумом у Давосі, критичне мислення увійшло у 10 ключових навичок, необхідних у період до 2025 року. Згідно оцінок Форуму, до 2025 року понад 85 мільйонів робочих місць можуть бути заміщені завдяки розподілу праці між людьми та машинами. Розширене використання технологій буде мати вплив на навички, що користуються попитом на різних робочих місцях, протягом наступних п'яти років, при чому розрив у навичках залишиться значним. Критичне мислення та вирішення проблем є першочерговими навичками, які, на думку роботодавців, набудуть більшої важливості у наступні п'ять років. Зазначені показники залишаються незмінними від моменту опублікування першого звіту в 2016 році [4, с. 1].

Критичне мислення включає аналіз та оцінку інформації, виявлення можливих помилок і недоліків у розумінні або використанні даних, розуміння контексту та перспектив, здатність розрізняти факти від припущень і думок, вміння ставити запитання та шукати відповіді на них. Воно базується на законах логіки та на розумінні психологічних процесів, які протікають у нашій свідомості [1].

Критичне мислення — це процес аналізу та оцінки мислення з метою його вдосконалення. Критичне мислення передбачає знання найосновніших структур мислення (елементів мислення) і найбільш базові інтелектуальні стандарти для мислення (універсальні інтелектуальні стандарти). Ключ до творчої сторони критичного мислення (власне вдосконалення думки) полягає в перебудові мислення як результат його аналізу та ефективного оцінювання [2].

Дослідженнями феномену критичного мислення займалося багато вчених, психологів, педагогів. Серед зарубіжних дослідників слід зазначити Дж. Брунера, Л. Виготського, Д. Дьюї, Д. Клустера, А. Кроуфорда, М. Ліпмана, Д. Макінстера, С. Метьюза, Р. Пауля, Ж. Піаже, Д. Халперна, серед українських вчених над дослідженням критичного мислення працювали І. Бондарчук, Т. Воропай, О. Пометун, С. Терно, О. Тягло, Л. Терлецька.

Одним з інструментів для розвитку навичок критичного мислення є прикладні навчальні ігри. Вони допомагають розвивати такі компоненти критичного мислення, як аналіз, оцінка, дедукція, синтез і рефлексія.

Використання прикладних ігор у навчанні дорослих посилює мотивацію до навчання, підвищує рівень розуміння складних концепцій і процесів, дозволяє надавати ефективний зворотний зв'язок щодо успішності та продуктивності гравців, надає можливість розвивати комунікативні навички, дає можливість отримувати практичний досвід максимально наближений до ситуацій реального життя [1].

В якості інструмента, який дозволяє розвивати навички критичного мислення, зокрема, у сфері прийняття фінансових рішень, ми б хотіли представити свою авторську розробку —

прикладну навчальну гру «Де гроші?». Гра була розроблена нами у співавторстві з фахівцями-ігропрактиками К.В. Галюком і Ю.В. Галюк. Авторські права на гру підтверджуються Свідощвом про реєстрацію авторського права на твір від 10.04.2023 №117959.

«Де гроші?» представляє собою настільну гру з ігровим полем, гральними кістками, фішками та набором карток з завданнями. Рекомендована кількість гравців — від 1 до 8, оптимальна кількість — від 4 до 6. Середній час ігрової сесії — від 2,5 до 4 годин. Вона може відбуватися як в живому форматі, так і онлайн. Гра охоплює шість сфер управління грошовими потоками: планування, ціноутворення, управління витратами, управління дебіторською заборгованістю, управління запасами та використання позик.

Гра спонукає учасників розглядати ігрові ситуації з різних сторін, враховувати різні фактори та обґрунтовувати свої рішення. Багато завдань гри містять складні проблеми, які потребують розв'язання, що спонукає гравців до критичного мислення. Гравець має не просто озвучити свою відповідь на ігрове завдання, але й навести аргументи і докази, а також проаналізувати коментарі, надані тренером та іншими гравцями. Розвитку критичного мислення також сприяє подолання учасниками під час гри певних труднощів та перешкод, що вимагає від них пристосуватися та змінювати свій підхід, переглядати стандартні алгоритми дій.

Завдання гри складаються з коучингових питань та практичних кейсів, які учасники мають вирішувати, застосовуючи навички критичного мислення. Коучингові питання є відкритими і заохочують гравця до рефлексії, роздумів, аргументації, усвідомлення власної позиції. Наведемо кілька прикладів коучингових питань:

- Як, коли і за яких умов ви використовуєте кошти вашого «резервного фонду»?
- Що не можна робити у вашому бізнесі щоб зменшити собівартість продукту або послуги?
- Назвіть 5 причин використовувати позикові кошти.

Практичні кейси представляють собою опис певної бізнес-ситуації і 4–5 варіантів дії в такій ситуації, в тому числі опцію «Свій варіант» серед яких гравець має обрати оптимальний з його точки зору варіант та обґрунтувати його. Наведемо кілька прикладів кейсів.

Питання: «Ви придумали цікавий оригінальний бізнес-проект. Він передбачає роботу в новому для вас напрямку з новою клієнтською аудиторією. Як ви будете запускати проект?»

Варіанти відповідей:

- головне — з чогось почати, а далі буде видно. Марно намагатися планувати якісь цифри, занадто багато факторів невизначеності;
- спробую прикинути суму початкових витрат, необхідних для старту, а далі орієнтуватимуся по ходу;
- спробую спланувати суму початкових витрат і спрогнозувати грошові потоки на кілька місяців, щоб прикинути окупність проекту;
- складу максимально докладний фінансовий план проекту мінімум на рік;
- свій варіант.

Кейси заохочують учасників до аналізу ситуації, оцінки можливих варіантів рішення чи синтезування власного варіанту, робити висновки, засновані на наявних даних за допомогою дедукції.

Пошук і формулювання відповідей на коучингові питання і кейси у грі дозволяє тренувати такі навички критичного мислення, як уміння виокремлювати та обробляти необхідну інформацію; уміння розглядати проблеми з різних точок зору, порівнювати різні позиції і підходи для їх розв'язання; уміння робити логічні умовиводи та обґрунтовувати свою відповідь; уміння аналізувати та оцінювати власні або чужі висловлювання, припущення, висновки, аргументи, гіпотези, переконання; уміння виявляти помилки у власних міркуваннях і поглядах.

Таким чином, гра «Де гроші?» є ефективним інструментом розвитку навичок критичного мислення у дорослих і може бути рекомендована психологам, бізнес-тренерам, фінансовим консультантам, коучам, фахівцям в сфері навчання дорослих для використання в процесі індивідуального консультування, групових сесій, тренінгів і навчальних курсів.

Література

1. Основи критичного мислення : навчальний посібник для учнів 10 (11) класів загальноосвіт. навч. закл. / О.І. Пометун, Л.М. Пилипчатіна. К.: Видавничий дім «Освіта», 2016. 192 с.
2. Paul R., Elder L. The Miniature Guide to Critical Thinking: Concepts and Tools. Near University of California at Berkeley, 2007. 22 p.
3. Raiskums B.W. An Analysis of the Concept Criticality in Adult Education. Ann Arbor, MI: UMI, 2008.
4. Whiting K. World Economic Forum. (2020, October 21). Top 10 work skills of tomorrow — and how long it takes to learn them. URL: <https://www.weforum.org/agenda/2016/01/the-10-skills-you-need-to-thrive-in-the-fourth-industrial-revolution/>

Кононенко Т.В.

«Психологія», 5курс

Київський національний економічний університет

імені Вадима Гетьмана

Науковий керівник — ст. викл. кафедри педагогіки та психології Лавриненко Д.Г.

МЕТОДИКИ ДОСЛІДЖЕННЯ ПСИХОЛОГІЧНОГО БЛАГОПОЛУЧЧЯ ОСІБ ЗРІЛОГО ВІКУ

Актуальність теми. На даному етапі розвитку української психологічної науки, у психологічних дослідженнях можна прослідкувати тенденцію до вивчення психологічного благополуччя переважно серед студентів, що залишає без належної уваги інші вікові групи, особливо осіб зрілого віку.

Їх психологічне благополуччя досліджується тими самими методиками, що і у інших вікових груп, хоча особи зрілого віку мають свої вікові особливості, що можуть суттєво впливати на результати дослідження, роблячи їх нерепрезентативними.

Мета дослідження: презентувати та описати основні наявні методики дослідження психологічного благополуччя осіб зрілого віку.

Виклад основного матеріалу. У нашому дослідженні ми спираємося на визначення К. Ріфф, яка визначала психологічне благополуччя, як складне явище, що відображає позитивне функціонування особистості та проявляється через суб'єктивне відчуття задоволеності життям завдяки реалізації власного творчого потенціалу та залежить від якості спілкування з оточуючими [1].

Далі будуть представлені короткі описи методик, що спеціалізуються на діагностиці психологічного благополуччя осіб зрілого віку.

1. Шкала якості життя (Quality of Life Scale (CASP-19) М. Гайд, Р.Д. Віггінс, П. Хіггс і Д.Б. Блейн) Методика не адаптована українською та вивчає рівень психологічного благополуччя (пов'язаного з якістю життя). Дана шкала використовує чотири домени (контроль, автономія, задоволення та самореалізація) для оцінки якості життя людей зрілого віку. Структура методики така: кількість тверджень — 19, в тому числі 6 тверджень на визначення контролю, 5 тверджень — автономності, 4 твердження — задоволення та 4 твердження — самореалізації. Варіанти відповідей — 4-бальна шкала Лайкерта від 0 — «ніколи» до 3 — «часто»; підраховуються суми балів за шкалами та загальний результат, що може знаходитися в діапазоні 0-57 балів. Нами розпочато процес адаптації методики, зокрема, здійснено переклад та його експертну оцінку [2].

2. Шкала задоволеності життям Е. Дінера. Методика адаптована українською (І.Семків). Вона вивчає рівень задоволеності життям, як когнітивний компонент психологічного благополуччя. В анкеті наводиться 5 висловлювань, із якими респондент може погодитися або не погодитися. Використовуючи 7-бальну шкалу, досліджуваний оцінює кожне висловлювання

станом на сьогодні. Методика є універсальною та показала свою ефективність у дослідженнях задоволеності життям осіб зрілого віку, однак враховує не всі аспекти їх психологічного благополуччя [3].

3. Шкала психічного благополуччя Уорвіка-Единбурга (The Warwick-Edinburgh Mental Well-being Scale (WEMWBS)). Методика не адаптована українською. Остаточна шкала складалася з 14 пунктів, що охоплюють як гедонічні, так і евдемонічні аспекти психічного здоров'я, включаючи позитивний вплив (почуття оптимізму, бадьорість, розслабленість), задовольняючі міжособистісні стосунки та позитивне функціонування (енергія, чітке мислення, прийняття себе, особистісний розвиток, компетентність і автономія). Особи, які заповнюють шкалу, мають обрати відповідь, що найкраще описує їхній досвід щодо кожного твердження за останні два тижні за допомогою 5-бальної шкали Лайкерта. Шкала Лайкерта представляє оцінку для кожного елемента від 1 до 5 відповідно, що дає сумарний результат в діапазоні 14-70 балів. Усі пункти оцінюються напряму. Загальний бал для WEMWBS розраховується шляхом підсумовування балів кожного пункту [5].

Висновки. В сучасній українській психології недостатньо уваги приділяється дослідженням такої вікової групи, як зрілий вік, що впливає на репрезентативність результатів досліджень без використання відповідних методик. На даному етапі ми можемо говорити про такі основні методики для дослідження психологічного благополуччя осіб зрілого віку: Quality of Life Scale (CASP-19) М. Гайд, Р.Д. Віггінс, П. Хіггс і Д.Б. Блейн, Шкала задоволеності життям Е. Дінера, Шкала психічного благополуччя Уорвіка-Единбурга. Більшість методик не адаптовані українською, що виявляє широке поле майбутньої діяльності щодо їх адаптації та поповнення психометричного інструментарію дослідників проблем людей зрілого віку.

Література

1. Ryff, C.D., & Singer, B. (1996), Psychological well-being: Meaning, measurement, and implications for psychotherapy research. *Psychotherapy and Psychosomatics*, 65, pp. 14–23.
2. A measure of quality of life in early old age: The theory, development and properties of a needs satisfaction model (CASP-19) / М. Hyde, R.D. Wiggins, P. Higgs, D.B. Blane. // *Aging & Mental Health*. — 2003. — № 7. — P. 186–194.
3. Diener, E., & Lucas, R.E. (1999). Personality and subjective well-being. In D. Kahneman, E. Diener, & N. Schwarz (Eds.). *Well-being: The foundations of hedonic psychology*, 213–229 [in English]
4. Stewart-Brown S: Measuring parts most measures do not reach: a necessity for evaluation in mental health promotion. *J Mental Health Promotion* 2002, 1: 4–9.
5. Quality of life of adults with chronic illness: A psychometric study / C.S. Burckhardt, S.L. Woods, A.A. Schultz, D.M. Ziebarth // *Research in Nursing and Health*. — 1989. — No. 12. — P. 347–354.

Оранська Б.Г.

«Психологія», 4 курс

Київський національний економічний університет

імені Вадима Гетьмана

Науковий керівник — ст. викл. кафедри педагогіки та психології Лавриненко Д. Г.

ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ ЗВ'ЯЗКУ МЕТАКОГНІЦІЙ ТА ОРГАНІЗАЦІЙНОЇ СЛУХНЯНОСТІ ПРАЦЕВЛАШТОВАНИХ ОСІБ

Зв'язок метакогніцій та організаційної слухняності працевлаштованих осіб є досить новим і перспективним напрямом досліджень, адже може дати відповідь на питання щодо можливих причин прояву тих чи інших форм організаційної слухняності залежно від метакогнітивних особливостей персоналу.

Зв'язок метакогніцій та організаційної слухняності працевлаштованих осіб є важливим питанням у психології праці та організаційній поведінці. Метакогнітивні процеси, такі як увага, спостереження, регулювання та оцінка власного мислення, можуть бути важливими факторами, які впливають на поведінку працівника в організації. Це дослідження може зробити новий внесок у теорію, оскільки вона може допомогти зрозуміти, як метакогнітивні процеси впливають на організаційну слухняність працівників. Крім того, це дослідження може допомогти підвищити рівень уважності до важливості метакогнітивних процесів у контексті організаційної поведінки, а також розробити нові стратегії для підвищення організаційної слухняності, використовуючи знання про метакогнітивні процеси. Це дослідження може зробити новий внесок у розвиток теорії психології праці та організаційної поведінки, зосереджуючись на важливості метакогнітивних процесів для організаційної слухняності працівників.

Метакогніція — означає свідомість та розуміння власних когнітивних процесів, а також вміння контролювати та регулювати свої когнітивні процеси з метою досягнення мети або завдання. У контексті роботи, метакогніція відноситься до здатності працівника розуміти свої когнітивні процеси, такі як сприйняття інформації, мислення, пам'ять, увага та планування, і використовувати це розуміння для ефективного виконання робочих завдань. Працівник з високим рівнем метакогніцій може бути більш самоорганізованим, здатним до саморегуляції та вміє робити стратегічні вибори щодо виконання робочих завдань.

Організаційна слухняність відноситься до готовності працівника виконувати правила, процедури та вказівки організації, а також приймати рішення та дії, що відповідають цим правилам та вказівкам. Організаційно слухняна особа проявляє високий рівень відданості організації, дотримується корпоративних цінностей, вміє працювати в команді та дотримується організаційних правил та процедур.

Дослідженням метакогнітивної регуляції професійної діяльності займалися А. Браун, Р. Ключеве, Дж. Флейвелл та ін. А. Браун і його колеги досліджували метакогнітивні процеси у виконавців діяльності з моніторингу технічних систем, де вони звернули увагу на значення метакогнітивних процесів для ефективності та надійності системи. Р. Ключеве і його колеги досліджували метакогнітивні процеси у викладачів, що викладають програмування, та розглядали, як ці процеси можуть бути використані для покращення навчання та здобуття нових знань.

Дж. Флейвелл і його колеги досліджували метакогнітивні процеси у сфері управління та ділової діяльності, де вони розглядали, як ці процеси можуть бути використані для покращення стратегічного прийняття рішень та розв'язання проблем [1].

Види метакогніцій:

- втрата когнітивної впевненості — це явище описує ступінь невпевненості людини у своїх когнітивних здібностях і знаннях. Вона може бути пов'язана з неуспішністю в різних сферах життя, таких як навчання, робота і взаємини з іншими людьми;
- позитивне переконання щодо занепокоєння — це явище відображає ставлення людини до своїх емоційних реакцій на стресові ситуації. Люди з позитивним переконанням щодо занепокоєння вважають, що ці емоції можуть бути корисними, оскільки вони допомагають зосередитися на проблемі та вирішенні її;
- когнітивна самосвідомість — це явище відображає рівень свідомості людини про свої власні когнітивні процеси, такі як увага, сприйняття, мислення та пам'ять;
- негативні переконання про неконтрольованість думок і безпеку — це явище відображає ставлення людини до своїх думок і переконань про них. Люди з негативними переконаннями можуть відчувати страх, що їх думки можуть втілюватися у реальному житті та привести до небезпечних наслідків;
- переконання про необхідність контролю думки — це явище описує ставлення людини до необхідності контролювати свої думки та переконання. Люди з цим переконанням можуть відчувати стрес, коли не можуть контролювати свої думки.

Форми організаційної слухняності [2]:

- сліпа слухняність — з огляду на основні причини слухняності, існує чотири різні типи слухняності, які можна вважати «сліпою слухняністю»: (1) слухняність людини, яка не бере до уваги, чи є слухняність морально прийнятною (2) шаноблива слухняність (3) слухняність індивіда, який не усвідомлює багатьох умов ситуації, що становить конкретну владу, і (4) швидка, миттєва або беззаперечна покора;
- деструктивна слухняність — незалежно від того, чи є слухняність генетичною рисою чи засвоєною поведінкою, це також може означати, що ми залишаємо нашу здатність приймати рішення іншим. Таким чином, це означає, що ми схильні до ментальних моделей, які дозволяють нам звільнитися від відповідальності за наші дії, коли ми стикаємося з авторитетними особами;
- беззаперечна слухняність — стан беззаперечності означає діяти, не замислюючись про те, як і чому, приймати все, що з цього випливає. Концепція беззаперечності, яка часто зустрічається в діловому житті, є відображенням думок у поведінці;
- слухняне порушення — поведінка, коли працівник виконує вказівки, але робить це неохоче, може намагатися уникнути виконання, затримує виконання завдання;
- примусова слухняність — ця концепція слухняності полягає в тому, що у відносинах керівник змушує підлеглого виконувати наказ або змінювати поведінку, погрожуючи покаранням. Це перетворюється на поведінку з фізичним, вербальним, психологічним і матеріальним насильством і створює непереборний вплив на людину.

Література

1. Flavell, J.H. Metacognition and cognitive monitoring: A new area of cognitive developmental Inquiry. *American Psychologist*. 1979. Vol. 34, Issue 10. P. 906–911. doi: 10.1037/0003-066x.34.10.906
2. Güler E. A Study on Developing the Organizational Obedience Scale Based on Exploratory and Confirmatory Factors Analysis. URL: <https://doi.org/10.46328/ijjones.303>

Остапенко К.О.

«Психологія» 4 курс

*Київський національний економічний університет
імені Вадима Гетьмана*

Науковий керівник — старший викладач Тімакова А. В.

САМОАКТУАЛІЗАЦІЯ ЯК ФАКТОР ЗАПОБІГАННЯ ВИНИКНЕННЮ СИНДРОМУ ЕМОЦІЙНОГО ВИГОРАННЯ У СТУДЕНТІВ

Вступаючи до університету, більшість майбутніх студентів мають бажання отримати нові знання та навички, щоб у майбутньому використовувати їх для допомоги людям. Однак, через великий обсяг інформації, обмежений час на відпочинок і особисті справи, внутрішні резерви студентів можуть бути вичерпані. Це може призвести до розвитку емоційного вигорання, який має негативні наслідки, такі як погіршення фізичного та психічного здоров'я, порушення міжособистісних відносин, зниження ефективності професійної діяльності та негативні установки щодо оточуючих.

Термін «емоційне вигорання» вперше ввів Дж. Фрейденберг, американський психіатр, після того, як помітив у собі та колег ознаки виснаження, втрати мотивації та відповідальності. Провівши дослідження серед соціальних працівників та згодом інших професій, він з'ясував, що високий рівень емоційного вигорання, пов'язаний зі стресом та перевантаженням на роботі. Він описував емоційне вигорання як результат підвищеної вимоги до себе та інших, що призводить до почуття виснаження та втрати мотивації [6].

Інші науковці, А. Пайнс та Е. Аронсон, визначають вигорання як стан загального виснаження, який охоплює фізичну, емоційну та психічну сфери, і що виникає в результаті тривалого перебування в емоційно нестабільних ситуаціях [5].

Сучасна психологічна наука продовжує вивчати проблему емоційного вигорання. Соціальний психолог Крістіна Маслач внесла великий внесок у дослідженні даного синдрому та визначає його як тривалий стресовий процес, який супроводжується відчуттям виснаження, віддаленням від роботи та зниженням ефективності.

Вона виділяє три ключові ознаки емоційного вигорання [4]:

- виснаження емоційних ресурсів — відчуття втрати енергії та сили, нездатність відновити свої ресурси;

- деперсоналізація — зменшення емоційної відповідальності, ставлення до людей як до об'єктів, відчуття відчуженості;

- зниження особистої досягненості — падіння самооцінки, переконання про нездатність досягти успіху у професійній діяльності.

Емоційне вигорання, з іншого боку, зазвичай пов'язане з інтенсивними емоційними переживаннями, що можуть виникати в будь-яких сферах життя, включаючи робочу. Це може призвести до відчуття виснаження, втрати емоційної в'язкості з оточуючими, та втрати інтересу до життя.

Студентство є періодом життя, повним нових викликів, тиску та невизначеності. Цей період може супроводжуватися інтенсивною навчальною програмою, підвищеним рівнем конкуренції, недостатнім часом для відпочинку, а також проблемами в особистому житті.

На кожному курсі навчання студенти стикаються з різноманітними проблемними ситуаціями, які можуть негативно впливати на їх емоційну стійкість та призвести до розвитку синдрому емоційного вигорання.

На першому курсі студенти можуть стикатися зі збільшеним переживанням адаптації, великим навантаженням та відсутністю інтересів поза навчанням. На другому курсі можуть виникати проблеми з несформованою навчально-професійною мотивацією, відсутністю дружніх стосунків, неадаптованістю до самостійного способу життя. На третьому курсі студенти можуть відчувати розчарування навчанням, обраною професією та власними можливостями. Вони можуть зазнавати змін власних цінностей та потребувати реалістичної оцінки можливостей працевлаштування. На четвертому курсі можуть з'являтися страхи нереалізації, такі як страх не отримати диплом, не мати роботу [1; 2].

Крім того, студенти зазвичай мають високі очікування від себе, рідних і суспільства, що може створювати додатковий тиск і стрес. Це може призвести до виснаження емоційних ресурсів та розвитку емоційного вигорання.

К. Маслач виявила, що на розвиток синдрому емоційного вигорання впливають особливості особистості студента, такі як [4]:

- студенти із зовнішнім локусом контролю схильніші до вигорання, ніж ті, у кого є внутрішній локус контролю. Ризик емоційного «вигорання» підвищується при низьких балах за такими шкалами, як: загальна інтернальність, інтернальність невдачі, шкала інтернальності виробничих відносин;

- мотив уникнення невдачі характерніший для студентів з високим рівнем «емоційного вигорання» і навпаки, наявність мотиву прагнення до успіху знижує ризик «вигорання»;

- для студентів, схильних до емоційного вигорання, характерні такі риси особистості, як емоційна нестійкість, високий рівень тривожності та агресивності. У той же час їх відрізняє почуття надмірної відповідальності, обов'язку. Студенти з високим рівнем вигорання характеризуються емоційною незрілістю та нестійкою самооцінкою.

Самоактуалізація є важливим фактором запобігання виникненню синдрому емоційного вигорання. Це психологічний процес, який полягає в розвитку потенціалу людини та досягненні свого максимального самовизначення, задоволення своїх потреб і бажань. Поняття «самоактуалізації» було вперше введено нейрофізіологом К. Гольдштейном, який стверджу-

вав, що самоактуалізація є основним і єдиним мотивом у людському житті. Вона передбачає вчинення дій, спрямованих на задоволення потреб. Потреба є станом дефіциту, що стимулює людину до поповнення та задоволення.

Коли людина розвивається та здійснює свої потенціали, вона відчуває себе задоволенішою та упевненішою у собі. Це допомагає зменшити стрес та підвищити відчуття самореалізації, що у свою чергу може знизити ризик емоційного вигорання.

Самоактуалізація є ключовим психологічним процесом, який відіграє важливу роль у запобіганні виникненню синдрому емоційного вигорання у студентів. Цей процес полягає в досягненні максимального самовизначення, розвитку потенціалу та задоволенні своїх потреб та бажань.

Самоактуалізована особистість є упевненішою в собі та задоволенішою своїм життям. Така людина зазвичай менше відчуває стрес і досягає більшого відчуття самореалізації. Це зменшує ризик емоційного вигорання та сприяє збереженню психічного здоров'я студентів. Дослідження свідчать про те, що студенти, які розвиваються та здійснюють свої потенціали, мають більші шанси на успіх у навчанні та в житті загалом [1; 3].

Таким чином, підтримка самоактуалізації може бути важливим чинником у профілактиці синдрому емоційного вигорання у студентському середовищі.

Література

1. Гірняк К.М. Причини емоційного вигорання особистості: теоретичний аспект управління. *Науковий вісник Львівського національного університету ветеринарної медицини та біотехнологій імені Гжицького*, 17, 1 (4), 2015. С. 183–188.

2. Ігнатів В.В. Психологічні особливості емоційного вигорання у студентському віці. Редакційна колегія, 2013, С. 71.

3. Мудрик А.Б. Особливості розвитку та прояву синдрому емоційного вигорання у студентів-психологів. *Освіта регіону. Політологія. Психологія комунікації*. № 3, 2013. С. 238–242.

4. Maslach C., Jackson S.E. The measurement of experienced burnout. *Journal of Occupational Behaviour*. N 2, 1981. Pp. 99–113.

5. Pines A.M. Burnout: An existential perspective. *Professional burnout: Recent developments in the theory and research*. Ed. W.B. Shaufeli, Cr. Maslach & T. Marek. Washington DC: Taylor Francis, 1993. P. 33–51.

6. Freudenberger H. Staffburnout. *Journal of Social Issues*. V. 30, 1974. Pp. 159–165.

Солонько А.М.

«Психологія», 1 курс, магістратура

Київський національний економічний університет

імені Вадима Гетьмана

Науковий керівник — к.психол.н, доцент, доцент кафедри педагогіки та психології

Колесніченко Л.А.

ЗВ'ЯЗОК ПРИЙНЯТТЯ РІШЕНЬ З ОСОБИСТІСНИМИ ТА МЕТАКОГНІТИВНИМИ АСПЕКТАМИ

Кожен день ми стикаємось з потребою у прийнятті рішень й інколи цей процес може займати багато часу або призвести до того, що нам не буде подобатись власне, прийняте рішення. На жаль, в теперішніх умовах прийняття безконфліктних рішень виходить на першочерговий план, воєнний стан, в якому перебуває країна, змушує нас приймати ті рішення, до яких ми не були готові й для збереження ресурсів під час процесу прийняття рішень важливо розуміти, що впливає на нас найбільше. В нашому дослідженні ми спробуємо виділити та довести гіпотезу про те, що особистісні аспекти в які, ми включаємо інтолерантність до

невизначеності та психологічну гнучкість й метакогнітивні аспекти, які включають метакогніції та метакогнітивні здібності, що супроводжують людину в процесі прийняття рішень допомагають частіше здійснювати ефективне рішення та уникнути конфлікту прийнятого рішення.

Процес прийняття рішення — це систематичний підхід до розв'язання проблеми або досягнення поставленої мети шляхом збору й аналізу інформації, розглядання можливих варіантів дій та вибору найбільш ефективного рішення. В цей процес вступає багато зовнішніх і внутрішніх аспектів, проте ми зосередимось лише на тих, що були названі раніше. Опис залученості аспектів почнемо з особистісних, а саме розглянемо окремо психологічну гнучкість та інтолерантність до невизначеності й спробуємо об'єднати їх [3, с. 100].

Кашдан і Роттербург визначають психологічну гнучкість, як міру адаптації людини до мінливих ситуаційних вимог, зміни перспективи, балансування та переконфігурацію розумових ресурсів. Прийняття рішень, що постійно вимагає адаптації до нових умов і знаходження найкращого варіанту так чи інакше містить в собі використання психологічної гнучкості, в дослідженнях науковців щодо взаємозв'язку цих двох особливостей наявний важливий зв'язок. Психологічна гнучкість, що вбачає в собі деколи когнітивні перебудови має великий вплив на процес прийняття рішень з точки зору адаптації людини до ситуації, що потребує рішення та зовнішніх змінних, які також будуть впливати на бажану альтернативу в рішенні [4, с. 3].

Дослідники Бур і Дугас запропонували вважати інтолерантність до невизначеності, як диспозиційну характеристику, яка є результатом набору негативних переконань щодо невизначеності та її наслідків і містить в собі тенденцію негативно реагувати на емоційному, когнітивному та поведінковому рівнях на невизначені ситуації та події. Виходячи з цього визначення можна говорити про прямий вплив інтолерантності на ефективне прийняття рішення. Це можливо через те, що коли в людини наявні негативні переконання щодо невизначеності вона може надмірно загострювати свою увагу на процесі прийняття рішень і, таким чином, витрачати більше ресурсів, ніж того потребує ситуація і якщо станеться так, що наслідки рішення не допоможуть у поповненні когнітивних, емоційних та інших ресурсів, які були використані в процесі, тоді людина буде мати великий шанс до конфлікту прийнятого рішення і з кожним новим прийнятим в такому стані рішенням буде зростати її невпевненість у собі як самостійній людині, що здатна приймати ефективне рішення і можливо через це, вона буде перекладати відповідальність за прийняття рішень на інших людей. Таким чином, можна говорити про те, що надмірна інтолерантність до невизначеності може призвести до уникнення самостійного прийняття рішення або до конфлікту прийнятого рішення [2, с. 215].

Отже, ми визначили, що такі особистісні аспекти, як психологічна гнучкість та інтолерантність до невизначеності в ненадмірному прояві можуть впливати позитивно на процес прийняття рішення й уникнення конфлікту прийнятого рішення шляхом підвищеної адаптації, а творення більшої кількості альтернатив.

Тепер ми розглянемо метакогнітивні аспекти прийняття рішення та їх можливий вплив. Метакогнітивні аспекти походять із визначення метапізнання. Сам процес метапізнання містить в собі аналіз власних розумових стратегій і керування власною пізнавальною діяльністю. В нашому дослідженні ми будемо орієнтуватись та такі аспекти метапізнання, як метакогніції та метакогнітивні здібності. Загалом обидва метакогнітивні аспекти включають усвідомлення власних знань, умінь та недоліків, здатність до самоконтролю та регулювання своєї уваги, а також здатність до визначення та розв'язання проблем. Метакогніція — це свідоме управління своїми пізнавальними процесами, спостереження за собою в процесі прийняття рішень, у тому числі в ситуаціях морального вибору. В теперішньому стані країни люди почали все частіше задумуватись над своїми прийнятими рішеннями та наслідками, що їх несуть. Через те, що прийняття рішень потребує критичного мислення та аналізу інформації використання метакогніцій може привести до утворення метаконітивних стратегій, а вони своєю чергою допоможуть спростити процес прийняття рішень і, як наслідок зменшити кількість внутрішніх ресурсів, що може використовувати людина в прийнятті рішення [5, с. 355].

Метакогнітивні здібності — це здібності психіки людини максимально точно контролювати й регулювати свою когнітивну діяльність (поставити мету, спланувати свою діяльність, здійснити контроль і оцінити ефективність діяльності). Як вже зазначалось раніше, процес прийняття рішень є складним та багатогранним, він потребує ретельного аналізу інформації та уважного розгляду альтернативних варіантів. Метакогнітивні здібності можуть допомогти у процесі прийняття рішень шляхом забезпечення більш об'єктивного та ефективного аналізу інформації та зменшення впливу емоцій та побічних факторів на процес прийняття рішень. Крім того, метакогнітивні здібності можуть допомогти у запобіганні помилкам та забезпеченні ефективності процесу прийняття рішень [1, с. 142].

Загалом можна говорити, що метакогнітивний аспект здебільшого діє на власне процес мислення і не переплітається з особистісними аспектами, що під час емпіричного дослідження допомагає визначити вплив саме двох окремих аспектів. Метакогнітивні аспекти мають велике значення для збереження внутрішніх ресурсів людини при прийнятті рішень коштом змоги створення та використання певних метакогнітивних стратегій.

Отже, виходячи з вищезазначеного, можна визначити, що психологічна гнучкість, інтолерантність до невизначеності, метакогніції та метакогнітивні здібності можуть бути розвинуті і покращені, що дозволяє підвищити рівень ефективності прийняття рішень. Також ці чотири аспекти з різних боків впливають на процес прийняття рішення і при вдалому поєднанні можуть як зменшити використання внутрішніх ресурсів, так і підвищити ефективність прийнятого рішення.

Література

1. Зотова В.А. До питання про структуру метакогнітивних здібностей Перспектива-2013: Матеріали Міжнародної наукової конференції студентів, аспірантів та молодих вчених. Т.І. Нальчик: Каб.-Балк. ун-т, 2013. 413 с.
2. Buhr K., Dugas M.J. The role of anxiety fear and uncertainty intolerance in anxiety: an experimental manipulation. *Behavior Research and Therapy*. 2009. Vol. 47. P. 215–223.
3. Kahneman D. Tversky A. Prospect Theory: An Analysis of Decision Under Risk. *World Scientific Handbook in Financial Economics Series Handbook of the Fundamentals of Financial Decision Making*, 2013. P. 99–127.
4. Kashdan T.B., & Rottenberg, J. Psychological flexibility as a fundamental aspect of health. *Clinical Psychology Review*. 2010. Vol. 14, P. 1–14.
5. Schraw G., & Moshman D. Metacognitive theories. *Educational psychology review*. 1995. Vol. 7 (4), 351–371.

Тимошенко Д.О.

«Психологія», 2 курс

Київський національний економічний університет

імені Вадима Гетьмана

Науковий керівник — д.психол.н., професор, професор кафедри педагогіки та психології

Ставицька С. О.

ПРИКЛАДНІ АСПЕКТИ СУЧАСНОГО ПСИХОАНАЛІЗУ

Розглянемо початки прикладного психоаналізу у З. Фрейда. Вже у ранніх його працях із прикладного психоаналізу — «Поет і фантазування» 1907 року чи розвідці 1908-го року, присвяченій психоаналізу естетичного виміру в новелі Єнсена «Градівка», де йдеться про шаленство і сновидіння [1]. Там ми від самих початків прикладного психоаналізу мистецтва можемо простежити три перспективи: перша — неприхованого несвідомого, як воно себе являє в різних вимірах мистецької продукції; друга — як особа творця позначається на тому, що він творить,

тобто — на творі. Йдеться про зв'язок його життя, його біографії з тим, що він робить. Це також можна назвати психограмою творчості. І нарешті третя — перспектива нас: читачів, глядачів, слухачів, тобто те, що значно пізніше два німецьких філософів — представників так званої Констанцької школи, Ізер і Яусс, назвуть «рецептивною естетикою» [2; 4].

Переосмислюючи психоаналітичні ідеї та концепції З. Фрейда, Е. Фромм виходив з того, що психоаналіз сприяв збагаченню знань про мотиваційну діяльність людини, про її несвідомі потяги і бажання. Однак вчення З. Фрейда про людину не примножило знань про те, як вона повинна жити і що вона має робити. Намагаючись утвердити психологію як природниче знання, класичний психоаналіз зробив, на думку Е. Фромма, помилку, оскільки психологія виявилася відокремленою від філософії та етики. Людину неможливо зрозуміти, якщо не розглядати її у всій цілості, включаючи потребу знайти відповідь на питання про сенс її існування та знайти норми, згідно з якими їй належить жити. Тому якщо психоаналіз справді прагне глибинного пізнання людини, то в своїй дослідницькій і терапевтичній діяльності він має орієнтуватися насамперед на етику, але не на авторитарну етику, цінності якої нав'язуються індивіду ззовні, а на гуманістичну етику, цінності і норми якої створюються самим індивідом, виникають зсередини його душі.

Еріх Фромм, людина є єдиною істотою, котрій власне існування становить проблему, що вона має вирішити і що вона може уникнути, то психоаналіз з неминучістю зобов'язаний орієнтуватися на осмислення ціннісних і моральних конфліктів, розуміння того, що головна мета людини — бути собою, а умова досягнення цієї мети — не мати (гроші, машину, владу, інших людей як об'єктів поклоніння чи використання), а бути людиною і для себе, і для навколишнього світу [3].

Під *прикладним психоаналізом* розуміють сукупність теорій і методів, що розкривають глибинні (несвідомі) аспекти суспільних феноменів на основі психоаналітичної методології. Ці три перспективи від самого початку містяться в усьому тому, що ми називаємо прикладним психоаналізом. Якби ми рушили далі і подивилися на ті твори З. Фрейда, які стосуються не вербальної творчості, а, скажімо, візуальної: малярство скульптура, архітектура, то ми знову і знову бачимо, що зручніше нам продумувати ці перспективи окремо і відокремлювати їх. Напевно в тому є сенс, але є й сенс, щоб припустити, що всі види, відгалуження і вияви мистецтва мають спільне коріння. Психоаналіз схильний вбачати його в несвідомому [1; 3].

Загалом, прикладний психоаналіз поділяється на *два напрямки*: культурологічний і соціальний психоаналіз.

Культурологічний психоаналіз (лінгвістико-символічний) вивчає різні культурні символи: мистецтво, літературу, релігію, історію, усну народну творчість і творчу діяльність. Мета культурологічного аналізу — знаходження та структурування індивідуального та колективного психологічного змісту. Основним методом дослідження культурних феноменів є психоаналітичне тлумачення культурних символів (символічна інтерпретація). Вона є процесом послідовного виявлення та пояснення прихованого змісту на основі даних символів та натяків. Розрізняють історичний психоаналіз, психоаналіз казок.

Предметом *соціального психоаналізу* виступають несвідомі аспекти у середині групи і міжгрупові взаємини. Мета — підвищення ефективності керування соціальними групами за допомогою усвідомлення й структурування групових процесів. В рамках соціального психоаналізу виділяють кілька підрозділів: психоаналітичну педагогіку, психоаналіз влади, організаційний психоаналіз і психоаналіз управління.

Розглянемо прикладний психоаналіз у соціальній сфері. Основний метод прикладного аналізу — використання власного несвідомого у вивченні соціальних об'єктів. Аналітик формує ментальний інструмент, спостерігаючи «Я» і його завдання відслідковувати емоційні реакції, які спотворюють аналіз і впливають на точність інтерпретацій.

Складність навчання у прикладному аналізі у тому, що кристалізація спостерігаючого «Я» відбувається, зазвичай, на кушетці. Саме тому З. Фрейд говорить, що прикладний аналіз починається з клінічного аналізу. Все було б добре і можна було б проганяти прикладних

аналітиків через кушетку. Але, за рідкісним винятком, аналізانت набуває зліпок з Над-Я свого тренінгового аналітика [1; 3].

Прикладний аналіз у політиці. Важливе місце в політичній діяльності займають психологічні методи і прийоми, що використовують політики в політичній практиці. Це тактика боротьби за владу, яка передбачає наявність особливої психологічної інтуїції, величезного політичного досвіду, майстерності та точних знань про те, як зробити цю боротьбу ефективною з психологічного погляду.

До ефективних засобів активної психологічної дії на людську психіку відноситься і політична реклама. За своєю політико-психологічною суттю — це складна сукупність образів, віртуальних уявлень, створених для того, щоб скорегувати свідомість і несвідоме в потрібний напрям та, внаслідок цього, викликати бажані дії. Інформуючи і стимулюючи певні емоції, політична реклама регулює (переважно мобілізує) політичну поведінку.

Отже, прикладний психоаналіз розглядає й вирішує проблеми у різних сферах життєдіяльності особистості і є одним з актуальних напрямків практичної психології.

Література

1. Freud Sigmund. Der Dichter und das Phantasieren. The Poet and the Fantasy in *Gesammelte Werke, Band XIV. Collected Works*, Fischer Verlag, Frankfurt am Main, 1969. V. 14. P. 189–209.
2. Segal Hanna. A Psychoanalytic Approach to Aesthetics. *International Journal of Psychoanalysis*, 1952. V. 23. P. 298–310. URL: <http://www.melanie-klein-trust.org.uk/segal>
3. Fromm Erich. *Psychoanalysis and Ethics*. New York: Basic Books, 1992. 215 p.
4. Хамітов Н. Філософія психоаналізу. Філософська думка. 2000. № 6. С. 33–43.

Федоренко Д.І.

«Психологія», 1 курс, магістратура

*Київський національний економічний університет
імені Вадима Гетьмана*

Науковий керівник — старший викладач Тімакова А.В.

ВПЛИВ ОРГАНІЗАЦІЙНОЇ ТРИВОЖНОСТІ НА ЕФЕКТИВНІСТЬ ПРАЦІ

Ефективність праці є ключовим показником результативності виробничого процесу. Для підтримання даного показника на сталому рівні необхідно забезпечувати стабільні умови праці та виробництва, а також покращувати соціальні умови у відповідності до перетворень, що відбуваються в організації.

Сьогодні організації України вимушені працювати у стані постійних змін та адаптації, що, в свою чергу, спричиняють стрес та підвищують як особистісну, так і організаційну тривожність працівників. Як наслідок таких перетворень можемо мати погіршення ефективності виробничого процесу.

Тривожність є неоднозначною у своєму прояві, наслідками можуть бути не лише погіршення здоров'я чи зниження енергійності, але також і зменшення продуктивності, пригнічення нововведень та креативності. Говорячи про організаційну тривожність, варто розуміти, що мова йде не лише про стан персоналу, а про організацію загалом. Якщо розглядати тривожність у довгостроковій перспективі можна виявити зниження стратегічної адаптивності та ефективності компанії [1].

Організаційну тривожність можна розглядати як «боротьбу між життям та смертю» [1], але «смертю» в такому випадку є фінансова чи організаційна загибель, тобто банкрутство, злиття тощо.

На основі аналізу зарубіжних джерел нами досліджено вплив організаційної тривожності на ефективність праці та виокремлено основні фактори впливу.

Відповідно до моделі, яку сформував Я. Баруч і Р. Ламберт у своєму дослідженні «Організаційна тривога: застосування психологічних концепцій в організаційній теорії», ми виокремили такі детермінанти організаційної тривожності:

1. організаційна практика: збільшення чи зменшення організації, зміна фокусу діяльності підприємства, «замороження», стагнація або нерегульованість виробничого процесу;
2. організаційна довіра: довіра співробітників є критично важливою змінною, що впливає на ефективність підприємства. До її факторів автори відносять: сприйняття ринкових змін та підвищення конкуренції, усвідомлення розміру та спроможностей робочої сили;
3. реакція на внутрішні процеси: комунікація, виробничі цілі та процес прийняття рішень [2].

Наступним дослідженням, що ми взяли для аналізу є робота Дж. Андерсона та П. Швагера «Управління організаційною тривоною за допомогою інформаційних систем». Автори визначають, що наслідками організаційної тривожності є зниження продуктивності, креативності, морального духу, а також підвищення виснаження, міжособистісні конфлікти, боротьба за територію (робоче місце), а також прийняття помилкових рішень [3].

У цій праці Дж. Андерсон та П. Швагер пропонують модель, у якій визначено перебіг від причин організаційної тривоги до негативних наслідків, спричинених нею.

Причинами у даній моделі є:

- невизначеність;
- наявність невирішених конфліктів;
- конфліктність у постановці спільних цілей;
- несприйняття невдач;
- звільнення.

Відповідно, реакціями на ці детермінанти є:

- маніакальна поведінка;
- залежність;
- надмірне або недостатнє виконання робочих завдань;
- тиск більшості на меншість;
- об'єднання працівників у групи;
- репресії, що застосовуються до працівників [3].

Отже, бачимо, що організаційна тривожність прямо впливає на ефективність праці й у подальшому на функціонування компанії в цілому. Резюмуючи зазначений матеріал, можемо говорити, що на результативність виробничого процесу впливають такі фактори, як розмір організації та її стан на ринку, тобто якщо організація перестає розвиватись та прогресувати є ймовірність зниження продуктивності робочого процесу. Також важливим аспектом є налагоджена організаційна комунікація між керівництвом і підлеглими та між працівниками безпосередньо. Таким чином, можна забезпечити стабільний рівень довіри до організації та її топ-менеджменту, а також уникнути міжособистісних конфліктів серед персоналу.

Література

1. Wilkinson J.M. G., Voyer J.J., Ford D.N. Overcoming organizational anxiety. The Systems Thinker. Режим доступу до ресурсу: <https://thesystemsthinker.com/overcoming-organizational-anxiety/>
2. Baruch Y., Lambert R. Organizational anxiety: Applying psychological concepts into organizational theory. *Journal of Managerial Psychology*. 2007. URL: https://www.researchgate.net/publication/235315796_Organizational_anxiety_Applying_psychological_concepts_into_organizational_theory
3. Anderson J.E., Schwager P.H. Managing organizational anxiety with information systems. *Proceedings of the 2007 Southern Association for Information Systems Conference*. 2007. URL: <https://citeseerx.ist.psu.edu/document?repid=rep1&type=pdf&doi=64ba5728de5f1328af3e781762cde612d7d77ac8>

Швець Є.О.

«Психологія», I курс, магістратура
Київський національний економічний університет
імені Вадима Гетьмана
Науковий керівник — д.психол.н., професор, професор кафедри педагогіки та психології
Ставицька С.О.

ОСОБЛИВОСТІ ВПЛИВУ БАТЬКІВСЬКОГО ВИХОВАННЯ НА АСЕРТИВНІСТЬ ОСОБИСТОСТІ В ЮНАЦЬКОМУ ВІЦІ

Багато вчених і психологів з різних країн займалися вивченням асертивності. Зокрема, серед найвідоміших зарубіжних вчених у цій області є А. Адлер, Е. Берн, Дж. Вольпе, А. Бандура, Р. Альберті, М. Еммонс, Дж. Кейн та ін. Серед українських вчених, які займалися вивченням асертивності, потрібно назвати В. Татенка, Н. Побірченка, Р. Ануфрієву, О. Яковлева, Т. Дубровіна, О. Приходько, Л. Ніколаєва та ін.

Феномен асертивності є відносно новим поняттям у психології й використовується для характеристики адаптивних властивостей особистості. Сьогодні вивчення асертивності є важливим напрямком у сучасній психології, який, передусім, допомагає людям у підвищенні своєї самооцінки та покращенні спілкування з іншими людьми.

Мета дослідження: теоретично описати та охарактеризувати основні положення сутності асертивності як важливої характеристики особистості; описати типологію стилів батьківського виховання та розглянути різні шляхи впливу батьківського виховання на розвиток асертивності особистості.

Термін «асертивність» пов'язаний зі здатністю особистості захищати власні права, здатністю, у разі потреби, просити інших про допомогу, висловлювати свої позитивні та негативні почуття, допомагати подолати соціальну тривожність, а також здатністю адаптуватися в соціальному житті.

Визначення асертивності вперше з'явилося в роботах А. Солтера, Дж. Вольпе і Р. Лазаруса з психології особистості наприкінці 50-х — на початку 60-х років ХХ століття. Асертивна поведінка є найконструктивнішим способом міжособистісної взаємодії та найкращою альтернативою деструктивним підходам, таким як маніпулювання та агресія. На думку А. Солтера, для асертивної особистості характерна орієнтація на події реального життя, що осмислюють минуле і майбутнє, незалежність цінностей і поведінки від сторонніх впливів, здатність самостійно формувати і висловлювати свої думки про життя; віра в себе і в інших [1].

У 1960-х роках канадський психолог А. Бандура розвивав теорію соціального навчання, яка допомогла сформулювати концепцію асертивності, акцентуючи увагу на взаємодії між особистістю, оточуючим середовищем та поведінкою. Його теорія соціального навчання, згідно з якою людина вчиться через спостереження та наслідування поведінки інших людей, а також через заохочення та покарання, що виникають в результаті власної поведінки, може пояснити, як люди навчаються та застосовують асертивну поведінку.

На думку Л. Ніколаєва, важлива роль в асертивності належить установкам особистості, які їй при входженні в нове соціальне середовище доводиться відстоювати. Під асертивністю розуміється властивість особистості, яка є впевненою у собі, уміє відстоювати свою думку, проявляє свою волю та водночас терпимість до протилежної точки зору [2].

Аналіз наукової літератури свідчить, що більшість авторів одноставні в тому, що асертивність є «золотою серединою» між агресивною і пасивною поведінкою. У якості важливих характеристик асертивності відокремлюють адекватну самооцінку, самоповагу, наполегливість, ініціативність, відповідальність тощо [1].

Сім'я є першим та основним середовищем, в якому дитина знайомиться зі світом і навчається взаємодії з оточуючими людьми. Саме цей досвід та стиль батьківського виховання формують певні моделі поведінки дитини з іншими людьми.

Під стилем сімейного виховання слід розуміти характерне ставлення батьків до дитини, які застосовують певні методи і засоби педагогічного впливу на дитину, що полягають у своєрідній манері словесного вираження та взаємодії. Дослідники виявили два основних критерії батьківського ставлення до дитини, а саме: ступінь емоційної близькості (теплоти батьків до дитини) та домінування і поступливість щодо дітей.

За дослідженнями Д. Баумрінд, Е. Маккобі і Дж. Мартін можна виділити 4 типи стилів батьківського виховання:

- 1) *авторитетний* характеризується достатньо високим рівнем контролю за діяльністю дітей, але який відбувається на тлі гармонійних стосунків між членами сім'ї;
- 2) *авторитарний* характеризується високим рівнем контролю, але який встановлений на тлі підкреслено відчужених взаємин з дітьми;
- 3) *ліберальний (вседозволеність при вихованні)* характеризується низьким рівнем контролю на тлі дружнього ставлення до дітей;
- 4) *індиферентний (нехтуючий)* відрізняється низьким контролем за поведінкою дітей і відсутністю теплоти і сердечності у стосунках з ними [3].

Батьківське виховання може мати значний вплив на розвиток асертивності у юнацькому віці. Дослідження показують, що діти, які виховуються батьками, які демонструють асертивну поведінку та навчають їх висловлювати свої потреби й бажання, мають більш високий рівень асертивності, ніж діти, які виховуються батьками, які використовують інші методи виховання, такі як авторитарний або індиферентний (Дж. Бекер, Є. Часова). Разом з тим, батьки можуть сприяти розвитку асертивності у своїх дітей, якщо навчають їх позитивним методам спілкування та висловлення своїх потреб. Це може бути досягнуто шляхом підтримки позитивної поведінки, виховання у дітей впевненості в собі, навчання їх технікам асертивного спілкування й розвитку навичок безконфліктного спілкування чи ефективного вирішення конфліктних ситуацій (Л. Макнайт, Дж. Орніш, М. Робінсон) [4].

Отже, уявлення дитини про себе починають складатися саме в процесі взаємодії з батьками. В сім'ї у дитини формуються передумови для позитивного становлення міжособистісної взаємодії та емоційної прив'язаності. Можна прослідкувати певний зв'язок між стилем виховання дитини та рівнем прояву її асертивності. Якщо діти відчувають, що батьки слухають та розуміють їх, вони будуть більш схильні до асертивної поведінки. Діти, які відчувають, що їх батьки незацікавлені у їхніх потребах та бажаннях, можуть мати менший рівень асертивності.

Перевірка заявлених положень, у процесі виконання емпіричного дослідження, стане подальшим завданням нашої роботи.

Література

1. Марчук Л.М. Соціально-психологічні особливості формування асертивної поведінки у професійному становленні майбутніх психологів. Дис. канд. психол. наук: 19.00.05. — соціальна психологія; психологія соціальної роботи. К., 2016. 225 с.
2. Мойсеєнко В.В. Особливості формування асертивної поведінки особистості: науково-теоретичний аналіз питання. Соціокультурні та психологічні вектори становлення особистості: колективна монографія, 2018. С. 55–80.
3. Ніколаєв Л.О. Розвиток асертивності підлітків у різних умовах соціалізації. Дис. канд. психол. наук: 19.00.07 — педагогічна та вікова психологія. Переяслав-Хмельницький, 2016. 264 с.
4. Тарасюк Л.М. Стили батьківського виховання як чинник формування міжособистісної взаємодії дітей у дошкільному віці. *Наукові записки Національного університету «Острозька академія». Психологія і педагогіка*, Вип. 26. 2014. С. 125–127.

**ПЛАТФОРМА
СОЦІОЕКОНОМІЧНИЙ ВЕКТОР ВІДБУДОВИ УКРАЇНИ**

Абрамова Д.А.

*«Менеджмент персоналу», 1 курс магістратури
Київський національний економічний університет
імені Вадима Гетьмана*

Шевчук О.В.

ст. викладач, доцент кафедри соціоекономіки та управління

*Науковий керівник — к.т.н., доцент кафедри соціоекономіки та управління персоналом Данилевич
Н.С.*

ЕФЕКТИВНІСТЬ ВИКОРИСТАННЯ АУТСОРСИНГУ — МІЖНАРОДНИЙ ДОСВІД

У конкурентному середовищі, в якому ведуть свою діяльність сучасні компанії, найважливішим є здатність швидко адаптуватися до змін, нових технологій і тенденцій та адаптувати їх для своїх споживачів. Таким чином, сьогоденні компанії для збереження конкурентних переваг та підвищення ефективності своєї діяльності мають використовувати бізнес-модель аутсорсингу. Альошкін В. С. дав визначення цьому терміну. Аутсорсинг — це передача неосновних функцій підприємства і всіх пов'язаних з ними активів в управління професійному підряднику. Синоніми, якими можна охарактеризувати цей термін: поділ праці, залучення, кооперація [1].

За дослідженням провідної компанії, в області консалтингу та аудита, Deloitte в 2023 році виділила країни, які найбільше користуються послугами аутсорсингу. До списку лідерів потрапили наступні країни: США, Індія, Китай. Також у дослідженні було сказано, що Україна, Польща, Бразилія мають швидку тенденцію роста [2]. Не даремно лідером рейтингу є США, бо аутсорсинг зародився саме там. Бізнес-модель аутсорсингу дозволяє компаніям США продавати товари на зовнішніх ринках через зарубіжні філії. Вони зберігають витрати на роботу силу на низькому рівні, наймаючи працівників на ринки, що розвиваються, з нижчим рівнем життя. Це знижує ціни на товари, які потім повертаються до Сполучених Штатів [3]. Але головним негативним ефектом поділу праці є збільшення безробіття. Аутсорсингових робочих місць часто більше, ніж безробітних американців. Якби всі ці робочі місця повернулися, було б достатньо найняти мільйони людей, які працюють неповний робочий день, але віддають перевагу повній зайнятості [4].

Індія стала однією з найбажаніших країн, коли йдеться про пошук роботи для компаній у всьому світі. Аутсорсинг роботи є варіантом, яким користуються тисячі компаній через різноманітність робочої сили в країні. Крім того, уряд країни дуже підтримує і вітає іноземний бізнес. Він постійно підтримує сектор аутсорсингу в країні та полегшує вхід в Індію. Ще однією перевагою аутсорсингу роботи є доступ до великого ринку освічених спеціалістів у країні. Легка доступність дешевої робочої сили дозволяє навіть малим підприємствам і стартапам обирати Індію як свою закордонну базу [5]. Але є мінус по роботі з Індією — це зв'язок, тобто різниця в часі. Коли працівники закінчують робочий день, замовник навіть не готовий розпочати його. Так і навпаки, воли він готовий залишити своє робоче місце, то їх далеко не завжди можна знайти. Це змушує спілкуватися електронною поштою або через третіх осіб, чия робота полягає в тому, щоб бути комунікатором і жити у двох часових поясах одночасно [6]. Найпопулярніші послуги аутсорсингу: ІТ сфера, call-центри, збирання контенту, проведення досліджень, інженерні та фінансові послуги [7].

Третє місце з аутсорсингу займає Китай. За даними бізнес-консалтингової фірми Grand View Research, китайська галузь аутсорсингу має контракти на суму близько 223,7 мільярда доларів.

Таку суму підкріплює факт, що великі компанії Apple та Amazon обирають саме Китай для аутсорсингу [8]. Бізнесу не потрібно імпортувати продукцію, тому що у Китаї знаходиться найбільший у світі виробничий сектор світового виробництва. Це допоможе компанії уникнути імпортних тарифів. Китайське виробництво може легко отримати доступ до технічної робочої сили, клієнтів, виробників компонентів, недорогих робітників, постачальників комплектуючих. Така домовленість знижує собівартість продукції, дозволяючи виробникам продавати продукцію за нижчими цінами. Хоч проблем з дешевими продуктами немає, але є проблема з законами на права інтелектуальної власності. Така проблема існує, бо в кожній країні свої особисті закони. Хоча уряд Китаю та більшість компаній вживають суворох заходів щодо прав інтелектуальної власності, виробники можуть виготовляти та продавати копії нових продуктів за нижчими цінами. Вихід з ситуації складання договору, який буде захищати інтелектуальну власність [9].

Як уже зазначалося Україна, як країна Східної Європи, потрапила в список країн, де набуває популярності аутсорсинг. Країна постійно отримує визнання від різних установ, таких як AT Kearney, IAOP, Global Sourcing Association (GSA) у Великобританії. Такий швидкий темп обумовлюються кількома факторами:

1) ІТ аутсорсинг. Зараз близько 165 000 розробників в Україні, і очікується, що до 2025 року їх кількість зросте до 125 %». Тобто аутсорсинг в ІТ-секторі в країні зростатиме в наступні роки разом зі збільшенням кількості робочих місць, переданих на аутсорсинг;

2) Інтеграція до Європейського Союзу. У 2017 році Україна підписала угоду з ЄС і 28 країнами-членами союзу. Це визнає країну пріоритетним партнером союзу і додає можливості для просування послуг аутсорсингу. Поки що Україна не є частиною ЄС [10].

Основним фактором розвитку аутсорсингу є зниження витрат високорозвинених країн, які експортують послуги аутсорсингу в країни, що розвиваються. Це збільшує кількість робочих місць і підвищує рівень ВВП. Існують спільні риси країн, які запроваджують аутсорсинг, наприклад — розуміння економічної вигоди. Натомість є і відмінні риси такі як: різні структури країн, їхня культура. Ринок України значно відрізняється від ринків інших країн, по-перше економічним становищем, по-друге наявністю бойових дій. Але всі ці фактори не стоять на заваді розвитку аутсорсингу в Україні.

Література

1. Альошкін В. С. Синергетичний підхід до моделювання соціально-економічної політики України на шляху до євроінтеграції. *Економічний вісник*. 2018. №2 (36). С.74-79.
2. Tech Trends 2023. URL: https://www2.deloitte.com/content/dam/insights/articles/us175897_tech-trends-2023/DI_tech-trends-2023.pdf.
3. Як аутсорсинг робочих місць впливає на економіку США? URL: <https://www.thebalancemoney.com/how-outsourcing-jobs-affects-the-u-s-economy-3306279>.
4. Bureau of Economic Analysis. Activity of U. S. Multinational Enterprises: 2019. URL: <https://www.bea.gov/news/2021/activities-us-multinational-enterprises-2019>.
5. Аутсорсинг роботи в Індії: ключові речі. URL: https://nhglobalpartners.com/job-outsourcing-to-india/#Job_Outsourcing_to_India.
6. Чому індійський аутсорсинг приречений?. URL: <https://habr.com/ru/articles/289040/>.
7. Три переваги аутсорсинга в Індії. URL: <https://www.becoming-researcher.com/three-advantages-of-outsourcing-services-in-india/>.
8. Аутсорсинг у Китаї: плюси та мінуси. URL: <https://www.timedoctor.com/blog/outourcing-to-china/>.
9. Аутсорсинговая статистика Азії 2020. URL: <https://www.outsourceasia.org/outourcing-statistics-in-asia-2020/>.
10. Остаточна статистика та звіти аутсорсингу у 2023 році. URL: [https://www.outsourceaccelerator.com/articles/outourcing-statistics/#:~:text=The %20US %20has %20the %20most,shortage %20as %20the %20main %20factor.](https://www.outsourceaccelerator.com/articles/outourcing-statistics/#:~:text=The%20US%20has%20the%20most,shortage%20as%20the%20main%20factor.)

Азовцева К.С.

«Менеджмент персоналу», 3 курс
Київський національний економічний університет
імені Вадима Гетьмана

Науковий керівник — к.е.н., доцент кафедри соціоекономіки та управління персоналом Білик О.М.

SMART-ТЕХНОЛОГІЇ ЯК ЕФЕКТИВНИЙ СПОСІБ ПОСТАНОВКИ ЦІЛЕЙ ТА ОЦІНЮВАННЯ РЕЗУЛЬТАТІВ РОБОТИ ПЕРСОНАЛУ

Правильна постановка цілей професійної діяльності персоналу є вкрай важливим елементом досягнення успіху бізнес-організації, оскільки чітке розуміння поставлених поточних та стратегічних задач мобілізує зусилля та підвищує наполегливість персоналу, що напряму позначається на ефективності діяльності персоналу. Правильно сформульовані цілі допомагають зорієнтувати персонал на досягнення конкретних результатів з їх подальшим оцінюванням, відповідно до поставлених вимог та особистих компетентностей працівника. Це сприяє підвищенню мотивації та зосередженості на завданнях, ефективному використанню ресурсів та плануванню дій бізнес-організації. Крім того, правильно поставлені цілі забезпечують послідовність діяльності компанії її стратегії, а також дозволяють здійснювати контроль за їх виконанням та вчасно коригувати напрямки діяльності [4].

Сучасним підходом до цілепокладання є SMART-технологія. Вперше ця аббревіатура згадується в листопаді 1981 р. у публікації Джорджа Дорана (*George T. Doran*) в журналі *«Management Review»* [1]. Основним завданням даної технології є підвищення ймовірності досягнення бажаного результату. Вона описує систематизований підхід до постановки та досягнення кінцевої мети, що дозволяє організації встановлювати конкретні, вимірювані, досяжні, релевантні та орієнтовані в часі цілі. Вони допомагають підвищити ефективність діяльності бізнесу, допомагаючи сфокусуватися на ключових завданнях та раціонально планувати діяльність. За SMART-технологією постановки цілей, цілі та завдання мають бути конкретними та специфічними (*Specific*), вимірюваними (*Measurable*), досяжними (*Achievable*), орієнтованими на результат (*Result-oriented*) і з чітко визначеними термінами досягнення (*Time-based*).

Конкретно сформульовані цілі допомагають уникнути непорозумінь та розбіжностей між очікуваннями та результатами. Наприклад, замість загального завдання «підвищити ефективність роботи персоналу», необхідно конкретизувати ціль: «зниження частки помилок в роботі на 20 % за допомогою впровадження нового програмного забезпечення з автоматизації рутинних задач». Вимірювані цілі дозволяють відстежувати прогрес та оцінювати результати. Критерій досяжності означає, що поставлену ціль можна досягти з урахуванням наявних знань і навичок. Важливо, щоб ціль була реалістичною і не створювала надмірного тиску на персонал. Цілі з чітко визначеними термінами досягнення дозволяють працівникам бути більш сфокусованими та мотивованими на досягнення конкретних результатів в обумовлені терміни. Вони характеризуються конкретним терміном виконання завдання, що дозволяє підвищити ефективність та результативність роботи персоналу [3, с.109–113].

Зважаючи на те, що психологічний стан людей під час поширення пандемії COVID-19 та розгортання військових дій на території країни значно погіршився, важливо також обов'язково враховувати людський аспект в системі постановки цілей з використанням SMART-технологій, який пов'язаний з поведінкою, мотивацією та комунікацією з працівниками. Через те, що процес встановлення цілей має практичне спрямування, перш за все, важливо враховувати психологічний стан та фізіологічні і технічні можливості співробітників.

Постановка цілей з використанням SMART-технології є важливою частиною як формулювання стратегії бізнес-організації, так і процесу особистого розвитку людини. Дана технологія заохочує не боятися ставити амбітні цілі. Хорошим прикладом цього є Джефф Безос, генеральний директор Amazon, який хотів створити пристрій для читання електронних книг, який би вміщувався на долоні за доступною ціною, в той час, як його команда інженерів

вважала це неможливим. Зрештою, Джефф Безос був наполегливим та чітко слідкував власним поставленим цілям, чітко формулював проміжні цілі для виконавців проекту, і в результаті — з'явився Kindle, електронний пристрій, який назавжди змінив спосіб читання та публікації книг і дав змогу користувачам повністю зануритися у книгу, а не в багатофункціональний пристрій, який міг би відвертати їх увагу [2].

Цілепокладання за SMART-технологією допомагає збільшити ефективність управління персоналом та домогтися позитивних змін в ефективності діяльності співробітників. SMART-технологія в оцінюванні персоналу допомагає визначити чіткі та вимірювані цілі, підвищує ефективність роботи працівників та забезпечує об'єктивність оцінювання результатів роботи співробітників, забезпечує покращення комунікації між керівництвом і персоналом.

Література

1. Doran G.T. There's a S.M.A.R.T. way to write management's goals and objectives. *Management Review*. 1981. No.70 (11). Pp. 35–36. URL: <https://community.mis.temple.edu/mis0855002fall2015/files/2015/10/S.M.A.R.T-Way-Management-Review.pdf>.

2. Kozlowski M. Project Fiona — The Tale of the very first Kindle e-Reader. 2018. URL: <https://goodereader.com/blog/electronic-readers/project-fiona-the-tale-of-the-very-first-kindle-e-reader>.

3. Цимбалюк С.О., Білик О.М. Оцінювання персоналу. Навч. посіб. К.: КНЕУ, 2021. 311 с.

4. Як визначити бізнес-цілі для компанії. *Baker Tilly Ukraine. Business Basics*. 2020. URL: <https://bakertilly.ua/%D1%8F%D0%BA-%D0%B2%D0%B8%D0%B7%D0%BD%D0%B0%D1%87%D0%B8%D1%82%D0%B8-%D0%B1%D1%96%D0%B7%D0%BD%D0%B5%D1%81-%D1%86%D1%96%D0%BB%D1%96-%D0%B4%D0%BB%D1%8F-%D0%BA%D0%BE%D0%BC%D0%BF%D0%B0%D0%BD%D1%96%D1%97/>.

Азовцева К.С.

«Менеджмент персоналу», 3 курс

Київський національний економічний університет

імені Вадима Гетьмана

Науковий керівник-к.е.н., доцент кафедри соціоекономіки та управління персоналом- Варіс І.О.

ОРГАНІЗАЦІЯ ОНБОРДІНГУ В УМОВАХ ДИСТАНЦІЙНОГО РЕЖИМУ РОБОТИ

Мінливість сучасного економічного та політичного середовища в Україні є неабияким викликом для належного функціонування бізнес-організацій. Зокрема, з початком війни перед керівниками українських підприємств постала задача забезпечити ефективний та плавний перехід працівників на віддалений режим роботи, максимально використовуючи їх потенціал. Даний процес почався ще у 2021 році з обмеження умов праці, пов'язаних з пандемією COVID-19, що призвело до необхідності дотримання соціальної дистанції та переходу в онлайн режим роботи. В результаті чого почалася трансформація та переорієнтація організації робочого дня, що має свої переваги та недоліки їх наведено в табл.

Серед позитивних сторін переходу бізнес-організацій на дистанційний режим роботи, можна відзначити підвищення продуктивності персоналу, підтримку Work&Life balance та здорового способу життя, економію витрат та екологічність. На противагу, під час віддаленої роботи в компаніях часто спостерігається погіршення рівня комунікації всередині колективу, наявні негативні чинники впливу на здоров'я, можлива поява проблем з інформаційним забезпеченням, організацією процесу адаптації нових працівників, концентрацією уваги та мотивацією персоналу. Особливо гостро питання дистанційної роботи постає під час залучення

нових працівників. Адже віддалена робота наразі — нова реальність сучасного менеджменту і потребує швидкої переорієнтації навичок працівників.

Р. Гренъє та Г. Метес присвятили свою роботу дослідженню викликів, що постають перед керівниками під час організації роботи віртуальних команд, в тому числі стосовно вирішення питань ефективності, комунікації та керування проектами. Серед дієвих тактик, застосування яких допоможе підприємствам розв'язувати проблеми, пов'язані з організацією роботи у віртуальних командах, автори виокремлюють забезпечення ефективної комунікації персоналу та переорієнтацію корпоративної культури компанії на користь підвищення віртуальної взаємодії в колективі. Зокрема, цього можна досягти шляхом застосування мережових електронних інформаційних та комунікаційних систем. Також в дослідженні розглядається питання ефективного використання відповідних інформаційних технологій, таких як комп'ютерні мережі та користування програмним забезпеченням для кращої організації віртуальної роботи [3].

Таблиця

ПЕРЕВАГИ ТА НЕДОЛІКИ ПЕРЕХОДУ ОРГАНІЗАЦІЙ НА ДИСТАНЦІЙНИЙ РЕЖИМ РОБОТИ

Перехід на дистанційний режим роботи			
<i>Переваги</i>	<i>Опис</i>	<i>Недоліки</i>	<i>Опис</i>
Підвищення продуктивності персоналу	зменшення кількості відволікаючих факторів, гнучкий графік роботи	Погіршення рівня комунікації	використання лише електронних засобів комунікації, погіршення ефективності ведення переговорів та вирішення проблемних моментів, поява відчуття самотності та відчуження
Підтримка Work&Life balance	заощадження значної кількості часу (дорога на роботу\додому, перерви), використання додаткового часу для управління особистим життям, підвищення настрю та рівня задоволеності	Проблеми з інформаційним забезпеченням	відсутність/слабке інтернет-з'єднання, проблеми з самостійним завантаженням та налаштуванням ПК та ПЗ, потреба в робочих пристроях
Підтримання здорового способу життя	проблеми з повноцінним харчуванням (особливо сніданки та обіди) можливість робити короткі перерви між роботою та займатися фізичною активністю	Негативний вплив на здоров'я	надмірне сидіння перед екраном та відсутність фізичної активності, призводить до проблем зі здоров'ям спини, ший та очей
Економія	відсутність оплати за транспорт, економія на пальному, паркувальних талонах, технічному обслуговуванню автомобіля, обіді у ресторані	Концентрація уваги та мотивація	недостатньо сприятливе робоче середовище знижує рівень уваги та ефективності роботи
Екологічність	зменшення викидів у навколишнє середовище, шляхом зменшення використання власного транспортного засобу	Проблеми з адаптацією нових працівників	відсутність соціальної взаємодії, затримка процесу засвоєння нових знань та навичок, погіршення контролю виконання завдань, зниження мотивації та продуктивності

Джерело: розроблено автором на основі [1, 2].

Аналізуючи можливості, які відкриваються перед бізнес-організаціями через перехід на дистанційний режим роботи та впровадження віддаленого командного менеджменту під час загострення пандемії та війни в Україні, виокремлені О. Кравчук, І. Варіс та О. Кир'яною, мо-

жна зробити висновок, що налагоджена взаємодія всередині робочого колективу не лише покращує ефективність роботи підприємства, зменшує витрати на забезпечення офісних приміщень та сприяє організації більш гнучкої робочої атмосфери для працівників, але й завдяки наявним технологічним інноваціям та економічному зростанню, надає компаніям можливості посилення власної стратегічної конкурентоспроможності, економію витрат часу та відкриває доступ до більш інформативного стратегічного аналізу підприємства. Поруч з цим, з переходом на віддалений режим роботи, збільшуються можливості розвитку нових технологій, розширюється технологічна інтеграція ІТ-інфраструктури, відбувається зростання гнучкості глобального взаємозв'язку всередині колективу та різноманітності робочих місць [4].

Війна в Україні позначилася на організації більшості бізнес-процесів та запровадженні нових політик, що потребують прогресивних рішень та використання сучасних технологій всередині підприємств. Важливо не тільки постійно модернізувати програмне забезпечення, але й ефективно переорієнтувати цінності компанії на користь підтримки добробуту персоналу під час формування корпоративної культури, налагоджувати роботу персоналу та сприяти його внутрішній та зовнішній комунікації в дистанційному форматі.

Зокрема, ускладняється процес віддаленої адаптації нових працівників до сучасного бізнес-середовища, через необхідність їх швидкої інтеграції та підтримки мотивації долучатися до робочих процесів та корпоративної культури підприємства. Тому, сучасні HR-менеджери прагнуть уникати помилок під час їх адаптації та сприяти їх належному розумінні власних обов'язків, з метою формування позитивного іміджу підприємства та перевірки відповідності потрібних характеристик кандидата обраній посаді.

Онбординг — це процес поступової адаптації нових працівників в організацію, який включає знайомство зі структурою компанії, культурою, цінностями, процедурами та бізнес-процесами, а також надання необхідних ресурсів та засобів для ефективної роботи. Метою даного процесу є створення оптимальних умов для успішного початку роботи нового працівника в компанії. Наразі онбординг найчастіше проходить саме у віддаленому (онлайн) чи гібридному форматі (офлайн + онлайн). Оскільки, зважаючи на підвищену тривожність нового працівника через можливі повідомлення про повітряну тривогу під час дороги до офісу або через загальний стрес, важливо не настоювати на його особистій присутності протягом адаптаційного періоду. Примусове наполягання на приїзді може одразу знизити рівень лояльності працівника, що може негативно вплинути на його подальше рішення залишитися в компанії, якість та ефективність виконання роботи. Краще одразу попереджати кандидата про необхідність особистої зустрічі під час проведення співбесіди, щоб він одразу розумів, що від нього очікується [5].

Основними аспектами онбордингу воєнного часу є комфортна адаптація та оперативна підтримка новачка в онлайн-форматі. Особливо легко дотримуватися цих вимог компаніям, які функціонують з 2019 року, адже через пандемію Covid-19 більшість з них вже налаштувала функціонування більшості HR-процесів у віддаленому форматі. Проведення процедури адаптації починається з надання новому працівникові всієї необхідної інформації про компанію, її правил та методики організації роботи. Зазвичай, для привітання новачка надсилають йому електронний вітальний лист із вказаним строком випробувального терміну, умовами дати початку роботи та контактами HR-відділу. Далі варто пояснити його основні обов'язки, знайомлять з посадовою інструкцією та необхідними для роботи документами. Після цього проводиться онлайн-зустріч нового працівника із керівництвом та робочою командою, що пришвидшує процес засвоєння корпоративної культури та цінностей компанії. Кінцевим етапом є визначення довгострокових і короткострокових цілей нового працівника та подальше узгодження його особистих зустрічей з керівником і HR-менеджером.

Ефективним методом проведення віддаленого онбордингу наразі є формування невеликого опитувальника на Google Drive, щоб ближче познайомити нового колегу з колективом. Важливо також забезпечити його всією необхідною інформацією для подальшої роботи та організації процедур на підприємстві. Зокрема, це можна зробити, надіславши електронною поштою всі

необхідні матеріали для підпису та ознайомлення у вигляді вступної презентації з посиланнями та онлайн-навігацією по всіх необхідних документах та ПЗ, з якими працює компанія. Протягом наступних днів, потрібно намагатися максимально підтримувати комунікацію з новим працівником на постійній основі, уточнюючи незрозумілі аспекти в процесі його ознайомлення з документацією й розумінням процесів, корпоративної культури та цінностей на підприємстві, паралельно демонструючи, які він матиме рутинні задачі та як буде проходити його робочі дні. Допомога новачку з проблемами впливає на його особистий добробут, підвищуючи рівень довіри та лояльності. До того, процес значно спрощується, якщо в HR-менеджера вже є певний досвід з вирішуванням подібних запитів та він зможе оперативного надати необхідні поради або залучити ментора — наявного працівника фірми, який вже стикався на початкових етапах зі схожими проблемами та може допомогти новачку порадою та надати підтримку [6].

Недостатня підтримка нового працівника під час адаптаційного періоду сприяє зменшенню рівня засвоєння та розуміння ним власних завдань та обов'язків, а також ускладнює процес його інтеграції до робочого колективу підприємства. Це призводить до зниження продуктивності, можливих подальших помилок в роботі та до підвищення рівня незадоволеності нових працівників своєю роботою. Тому онбординг персоналу є необхідною умовою для успішної адаптації нових працівників та забезпечення їх ефективної роботи в майбутньому. Коли новий працівник добре вмотивований, знає, чого очікувати від роботи і чітко розуміє власні обов'язки, він зможе швидше і ефективніше розпочати виконання завдань, відчуваючи підтримку з боку керівництва та колег.

Література

1. The Pros and Cons of Working from Home. *State of the Planet*. URL: <https://news.climate.columbia.edu/2023/03/27/the-pros-and-cons-of-working-from-home/>.
2. Pros and Cons of Working Remotely That You Should Know — ProofHub. *ProofHub*. URL: <https://www.proofhub.com/articles/pros-and-cons-of-working-remotely>.
3. Going Virtual: Moving Your Organization Into the 21st Century | Semantic Scholar. *Semantic Scholar | AI-Powered Research Tool*. URL: <https://www.semanticscholar.org/paper/Going-Virtual:-Moving-Your-Organization-Into-the-Grenier-Metes/71796aa0e95f70ccebe115b2d9fa1d7fc67bbe18>.
4. Кравчук О., Варіс І., Кир'янова О. Комплексний аналіз віртуального командного менеджменту в організації. *Економіка та суспільство*. 2023. № 47. URL: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2023-47-21>.
5. Онбординг у воєнний час: як допомогти новачкам адаптуватися. *Happy Monday*. URL: <https://happymonday.ua/onbording-u-voennyj-chas>.
6. Процес онбордингу та оффбордингу в компаніях сьогодні. *Recruitment agency for iGaming business | Talentgrator*. URL: <https://talentgrator.com/uk/blog/statti/proces-onbordingu-ta-offbordingu-v-kompaniyah-sogodni>.

Вагіна Т.С.

«Менеджмент персоналу бізнес-організацій», 2 курс
Інститут бізнес-освіти імені А.М. Поручника

Науковий керівник –

доктор економічних наук, професор кафедри соціоекономіки та управління персоналом
Лопушняк Г. С.

НАВЧАННЯ ПЕРСОНАЛУ: ВИЗНАЧЕННЯ НАПРЯМІВ НА ОСНОВІ МОДЕЛЕЙ КОМПЕТЕНТНОСТЕЙ

Однією з ключових ланок у процесі організації навчання на підприємстві є визначення потреб у навчанні. Постає питання: «Кого і чому саме треба навчати?». Важливо, щоб під

час навчання працівники набували актуальних компетентностей, які необхідні для функціонування підприємства. Наприклад, якщо підприємство планує освоєння нового обладнання або відкриття нових ринків збуту, важливо зрозуміти чи володіє персонал відповідними компетентностями, і якщо ні, то які з них потрібно розвивати для певних груп працівників [1].

Служба з менеджменту з управління персоналом має регулярно проводити моніторинг для оцінки актуальних компетентностей працівників, оскільки це дозволить швидко реагувати на зміни ринкового середовища та ефективно управляти підприємством, а також формувати необхідні профілі посад та створювати тести для оцінки компетентностей [2]. У своїй статті Синиченко А. М. зазначає, що в рамках компетентнісного підходу професійна поведінка працівника розглядається як прояв його компетенцій. При цьому під компетенцією розуміється особливий інформаційний ресурс, що містить досвід, знання і навички про спосіб організації і управління ресурсами і бізнес-процесами для досягнення поставлених цілей, носієм якого є працівники [3].

Для виявлення актуальних компетентностей, якими мають володіти працівники ДП «Інформаційно-іміджевий центр», було проведено опитування експертів підприємства з різних структурних підрозділів (в цю групу увійшли керівники та заступники керівників відділів, старші радники, радники з питань верифікації освітніх документів та питань визнання іноземних кваліфікацій). Оцінка проводилась для різних груп працівників підприємства.

На рис. 1 показані компетентності, якими мають володіти адміністраторів.

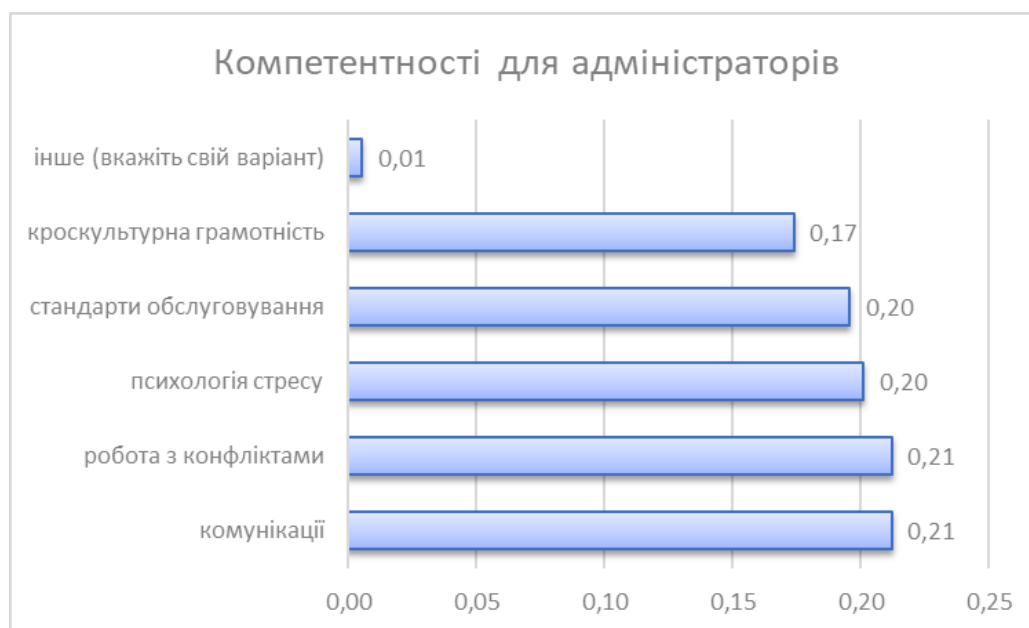


Рис. 1. Компетентності для адміністраторів

Таким чином, на думку опитаних експертів, найважливішими компетентностями для адміністраторів є комунікації та робота з конфліктами, що пояснюється великою кількістю персональних контактів з відвідувачами підприємства.

На рис. 2 відображено компетенції фахівців з верифікації освітніх документів.

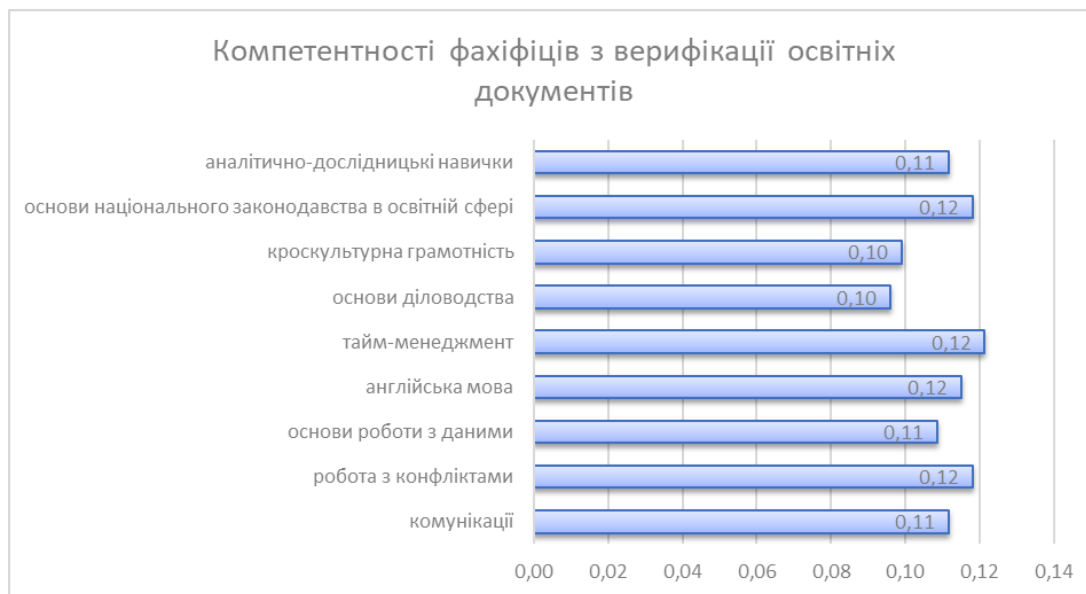


Рис. 2. Компетентності фахівців з верифікації освітніх документів

На думку опитаних експертів, найважливішими компетентностями для фахівців з верифікації освітніх документів є знання основ національного законодавства у освітній сфері, тайм-менеджмент, знання англійської мови та вміння працювати з конфліктами.

Схожі компетентності були зазначені і для фахівців відділу визнання іноземних кваліфікацій (рис. 3), але була додана компетентність «основи міжнародного законодавства в освітній сфері», оскільки фахівці цього відділу мають знати не тільки законодавство України, а й законодавство інших країн.



Рис. 3. Компетентності фахівців з визнання іноземних кваліфікацій

На рис. 4 показано пріоритетні компетентності, які обрали експерти для керівників.

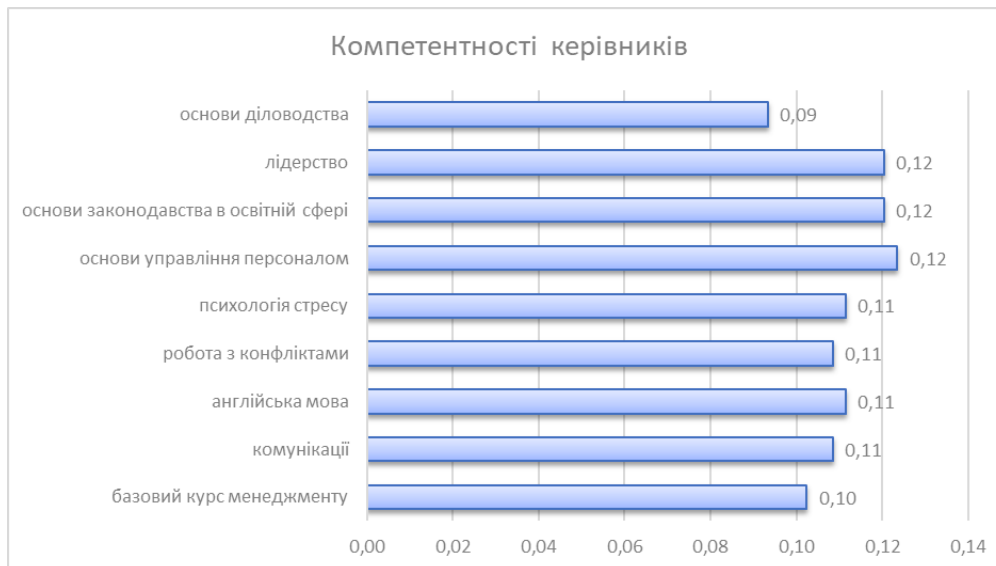


Рис. 4. Компетентності керівників

Експертами були виділені такі компетентності: лідерство, основи законодавства в освітній сфері, основи управління персоналом.

Таким чином, планування організації навчання на підприємстві може базуватись на основі отриманих результатів опитування фокус-групи щодо важливих компетентностей для різних груп працівників. Розробка та формування програми навчання для різних груп працівників ДП «Інформаційно-іміджевий центр» має здійснюватись з урахуванням компетентностей, виділених експертною фокус-групою.

Література

1. Балабанова Л. В., Сардак О. В. Управління персоналом: підручник для студ. вищ. навч. закл. Київ: Центр учбової літератури, 2019. 468 с.
2. Зленко А. М. Компетенції в системі оцінки персоналу. *Економічний вісник університету*. 2013. Вип. 20(1). С. 99–102.
3. Синиченко А.В. Компетентнісний підхід як сучасна парадигма управління персоналом. *Фінансы, учет, банки*. 2016. Вип. 1(21). С. 288–294.

Вашук А.А.

*«Менеджмент соціальної сфери», 4 курс
Київський національний економічний університет
імені Вадима Гетьмана*

*Науковий керівник — к.е.н., доцент кафедри соціоекономіки
та управління персоналом Кир'янова О.В.*

ФОРМУВАННЯ БЕЗПЕКОВОГО СЕРЕДОВИЩА ОРГАНІЗАЦІЇ В НОВИХ СОЦІОЕКОНОМІЧНИХ РЕАЛІЯХ

Охорона здоров'я та безпека праці — це два головних аспекти формування безпечного середовища в організації. У нових соціоекономічних реаліях, коли швидкість змін надзвичайно висока, організації повинні бути готові до непередбачуваних ризиків та вміти діяти оперативно.

Формування безпекового середовища організації в нових соціоекономічних реаліях є важливим завданням, яке вимагає уваги та комплексного підходу. В умовах соціально-

економічного контексту, який постійно змінюється, організації повинні активно працювати над забезпеченням безпеки для своїх співробітників, клієнтів та інших зацікавлених сторін. Безпекове середовище в Україні — це комплекс факторів, що впливають на забезпечення національної безпеки та стабільності держави. Безпека є важливою складовою добробуту працівників.

Процес глобалізації має безпосередній вплив на безпекову та оборонну політику провідних країн світу, і для нашої держави є викликом визначення характеру сучасних викликів та загроз національній безпеці. Проблема особистої та суспільної безпеки була і залишається однією з найактуальніших проблем, поряд з усіма соціально-економічними процесами. Тільки задовольняючи потребу в почутті безпеки, людина як суб'єкт будь-якої діяльності може ефективно брати участь у цій діяльності, в тому числі й у підприємницькій.

На нашу думку, аналіз ризиків є важливим кроком у формуванні безпекового середовища організації в нових соціоекономічних реаліях. Цей процес допомагає ідентифікувати потенційні загрози та ризики, які можуть негативно вплинути на безпеку організації, її співробітників, клієнтів, активи та репутацію. Детальний аналіз ризиків дозволяє організації зрозуміти, які проблеми можуть виникнути, їх потенційні наслідки та ймовірність виникнення. Під час аналізу ризиків організація може використовувати різноманітні методи та інструменти, такі як SWOT-аналіз, матриця ймовірності-впливу, аналіз попереднього досвіду, консультації з фахівцями тощо. Основна мета полягає в ідентифікації конкретних загроз та оцінці їх важливості й вірогідності.

Після ідентифікації ризиків організація повинна розробити стратегії та плани для управління цими ризиками. Це можуть бути заходи запобігання, врегулювання, зменшення впливу або передачі ризику. Стратегії повинні бути адаптовані до конкретних потреб та особливостей організації. Крім того, аналіз ризиків повинен бути постійним процесом, оскільки соціо-економічні реалії постійно змінюються, і нові загрози можуть виникати в будь-який час.

Вдосконалення культури безпеки є важливою складовою стратегії безпеки організації. Створення безпечних і нешкідливих умов праці є важливою відповідальністю роботодавців, керівників підприємств та організацій, а також органів державної влади. Безпечні умови праці допомагають забезпечити здоров'я та безпеку працівників, знижують ризики виникнення нещасних випадків на роботі, забезпечують дотримання вимог законодавства та нормативно-технічної документації, та підвищують ефективність виробництва. Перш за все, важливо, щоб усі працівники відчували себе в безпеці під час роботи. Це включає як заходи фізичної безпеки, такі як замки на дверях або системи спостереження, так і заходи психологічної безпеки, такі як забезпечення чітких каналів зв'язку між керівництвом і співробітниками або створення культури довіри в організації.

Пропонуємо низку заходів, які, на нашу думку, можуть допомогти покращити культуру безпеки в організаціях. Забезпечення освітніх заходів для всіх працівників організації з питань безпеки, які можуть включати навчання щодо виявлення фішингових атак, кібербезпеки, безпечного користування електронною поштою та соціальними мережами, а також щодо стандартизованих алгоритмів поведінки персоналу в разі виявлення тої чи іншої загрози. Система внутрішнього контролю включатиме механізми перевірки дотримання правил та процедур безпеки.

Не менш важливим є формування свідомого ставлення працівників до корпоративного безпекового середовища та залучення їх до процесу покращення безпеки, а саме проведення кампаній, семінарів та інших заходів, щоб підвищити усвідомлення ризиків і важливість безпеки. Так, організації повинні бути готові до непередбачуваних ризиків, які можуть виникнути в будь-який момент. Для цього необхідно враховувати можливі загрози, такі як природні катастрофи, кібератаки, терористичні акти та інші непередбачувані події. Організації повинні розробити план дій в разі екстрених ситуацій, який містить в собі набір заходів для швидкого реагування на можливу загрозу та забезпечення безпеки працівників та клієнтів. Цей план повинен бути відпрацьований та оновлюватись регулярно.

Також важливо мати систему сповіщення та комунікації для ефективного інформування працівників та клієнтів про небезпечну ситуацію та надання інструкцій щодо дій у таких ситуаціях. При цьому організації повинні мати достатній запас резервних ресурсів, щоб забезпечити безперебійну роботу в разі непередбачуваних обставин. Це може включати в себе запаси води та їжі, резервні електрогенератори, резервні копії даних та інші необхідні ресурси.

У загальному вигляді механізм управління безпекою — це сукупність взаємопов'язаних елементів, яка включає фактори безпеки, об'єкти безпеки, цілі та переваги безпеки, функції, принципи, методи та ресурсне забезпечення, що об'єднані в систему для створення безпечних умов розвитку підприємства. Таким чином, формування безпекового середовища в організації є актуальним і складним процесом, що передбачає розробку та впровадження системи управління безпекою на підприємстві із врахуванням внутрішніх та зовнішніх загроз та складної суспільної ситуації в Україні.

Література

1. Закон України «Про основи національної безпеки України». URL:<https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/964-15#Text>.
2. Формування безпекового середовища суспільства й держави в умовах сьогодення. URL:http://www.lsej.org.ua/5_2022/5.pdf.
3. Національна стійкість в умовах мінливого безпекового середовища. URL:https://niss.gov.ua/sites/default/files/2022-03/reznikova-ukraineresilience2022_02.pdf.

Вознюк Н.Ю.

*«Менеджмент персоналу», 1 курс магістратури
Київський національний економічний університет
імені Вадима Гетьмана*

*Науковий керівник — к.е.н., доцент кафедри соціоекономіки та управління персоналом
Василик А.В.*

ПІДТРИМАННЯ СОЦІАЛЬНО-ПСИХОЛОГІЧНОГО КЛІМАТУ ОРГАНІЗАЦІЇ В УМОВАХ ВИКЛИКІВ ВІЙНИ

Підтримка соціально-психологічного клімату компанії завжди була важливою та складною складовою добробуту працівників компанії. Що звичайно впливало на їхню продуктивність та рівень задоволеності роботою. Наразі компанії стикаються з викликами війни, а саме: постійною загрозою обстрілів, відключенням електроенергії в зимовий період, фізичною небезпекою, моральним виснаженням працівників через відсутність можливості задовольняти свої базові потреби. Що робить процес підтримки соціально-психологічного клімату надзвичайно складним завданням. Оскільки, ці умови нещадно знищують ментальне здоров'я працівників компанії що негативно впливає на їхню мотивацію, залученість та загальну продуктивність. Тому для забезпечення подальшого успіху та утримання працівників в компанії менеджерам вкрай важливо розробити стратегії, які сприятимуть соціально-психологічному добробуту їхніх працівників під час війни.

Важливо визначити зміст поняття соціально-психологічного клімату яке ми будемо використовувати надалі. Визначень цього поняття існує досить багато, проте нам найбільше імпонує дефініція Лескової Л.Ф. Вона визначає соціально-психологічний клімат як аспект взаємостосунків, який являє собою сукупність психологічних умов, які впливають на продуктивну суспільну діяльності та розвитку працівника у компанії [1, с. 98]. Отже, ключовий вплив соціально психологічного клімату відображається на продуктивності та ефективності праці.

Максимович А. стверджує що ефективність спільної роботи частково залежить від оптимальної реалізації як особистісних, так і групових можливостей [2, с.3].

Таким чином, можна припустити, що соціально-психологічний клімат компанії буде більшою мірою залежати від соціально-психологічного стану кожного з її працівників. Тому, щоб покращити клімат компанії необхідно пропрацювати болі кожного з працівників. Виникає закономірне питання: «Як виклики війни вплинули на психологічний стан працівника у компанії?» Анищенко Л. та Молочко Т. провели дослідження поведінкових функціональних і психосоматичних змін педагогів північних областей України. Результати якого надали бачення що події минулого року вплинули на працівників. А саме у них підвищився рівень втомлюваності, тривоги, виснаження на психологічному рівні, загострилися хронічні хвороби на фізіологічному рівні. У них знизилась життєва активність. Цілком зрозуміло, що працівники перебувають в стані стресу, і це безумовно впливає на їхню продуктивність та соціально-психологічний клімат в цілому [3, с. 343].

Дослідники Мармаза О. та Парасюк С. підмітили, що «Соціально-психологічний клімат не виникає без підстави, він є наслідком зусиль окремих керівників або спільноти, результатом системної виховної роботи з членами колективу, здійснення планованих заходів, спрямованих на організацію відносин між керівником та працівниками» [4, с. 53].

Отже, наявний соціально-психологічний клімат в компанії це результат нашої роботи, як керівника. Якщо за рік стресового стану для нашої країни компанії не вдалось адаптуватись до негативних змін, то ще не пізно розпочати роботу над цим.

Костиш Н. та Яковець Т. радять у такому разі:

- ставити соціально важливі цілі діяльності компанії. Наразі це можуть бути організації зборів, залучення працівників до заходів з підтримки ЗСУ, участь у волонтерських програмах;
- організувати безпечні умови для безперервної роботи. Облаштування безпечного приміщення та усієї необхідної техніки для роботи;
- проводити частину позаробочого часу разом за можливості, як командоутворювальні заходи, що сприяють залученості персоналу;
- проводити психологічні тренінги та семінари [5, с. 569].

Ми вважаємо, що до цих порад ми можемо додати практики мотивації працівників в українських компаніях, оскільки вони також вплинуть на соціально-психологічний клімат, а саме:

- створити прозору та відкриту комунікацію в компанії;
- забезпечити працівників не тільки професійним навчанням, але й навчанням виживання в сучасних умовах (курси тактичної медицини, самооборони);
- проводити постійний моніторинг самопочуття працівників за допомогою анкетування чи інших методів;
- найняти корпоративного психолога чи покривати частину витрат на нього, для того, щоб працівники своєчасно отримували психологічну допомогу;
- організувати переїзд працівників за кордон, якщо на це є потреба;
- нагадувати працівникам про відпустку [6, с. 1381].

Ці поради зможуть допомогти адаптувати систему та вивести її на рівень підтримки. Та маємо надію, що незабаром ці практики та дослідження втратять свою актуальність.

Отже, соціально-психологічний клімат у компанії може підтримуватись за допомогою різноманітних практик і порад, які спрямовані на підтримання безпеки, комунікації, навчання та мотивації працівників, а також їх психологічного стану. Реалізація цих практик може допомогти компанії адаптуватись до негативних змін і створити сприятливий клімат для роботи. При цьому важливо постійно спостерігати за самопочуттям працівників та шукати нові рішення для покращення та підтримки соціально-психологічного клімату в компанії.

Література

1. Лескова Л.Ф. Формування сприятливого соціально-психологічного клімату у колективі установи соціальної сфери. *Молодий вчений*. 2017. № 4 (44). С. 98–102.

2. Максимович А. Соціально-психологічний клімат колективу та шляхи його оптимізації. 2020. URL:<http://dspace.wunu.edu.ua/bitstream/316497/38889/1/297.pdf>.

3. Анищенко Л., Молочко Т. Як бути педагогом під час війни? Поведінкові, функціональні та психосоматичні прояви педагогів північних регіонів України. 2023. С. 336–343. URL: https://www.researchgate.net/profile/Lina-Anyshchenko/publication/369237569_How_to_be_a_teacher_during_the_war_Behavioral_and_functional_aspects_of_teachers_from_North_Ukraine/links/6411b450315dfb4cce80c019/How-to-be-a-teacher-during-the-war-Behavioral-and-functional-aspects-of-teachers-from-North-Ukraine.pdf#page=386.

4. Мармаза О., Парасюк С. Соціально-психологічний клімат колективу як об'єкт управління. 2022. С. 51–54. URL: https://books.google.com.ua/books?hl=uk&lr=&id=HBRkEAAAQBAJ&oi=fnd&pg=PA51&dq=%D1%81%D0%BE%D1%86%D1%96%D0%B0%D0%BB%D1%8C%D0%BD%D0%BE-%D0%BF%D1%81%D0%B8%D1%85%D0%BE%D0%BB%D0%BE%D0%B3%D1%96%D1%87%D0%BD%D0%B8%D0%B9+%D0%BA%D0%BB%D1%96%D0%BC%D0%B0%D1%82&ots=EjObwMOFwx&sig=ctrQ8VrB_yb36LB41OZVO3lcDOg&redir_esc=y#v=onepage&q=%D1%81%D0%BE%D1%86%D1%96%D0%B0%D0%BB%D1%8C%D0%BD%D0%BE-%D0%BF%D1%81%D0%B8%D1%85%D0%BE%D0%BB%D0%BE%D0%B3%D1%96%D1%87%D0%BD%D0%B8%D0%B9%20%D0%BA%D0%BB%D1%96%D0%BC%D0%B0%D1%82&f=false

5. Костишин Н., Яковець Т. Стресостійкість колективу під час війни: налаштування психологічного клімату 2022. URL: <https://archive.journal-grail.science/index.php/2710-3056/article/view/256/255>

6. Федоришина Л., Саєнко Д. Особливості мотивації персоналу підприємства у воєнний період. *Modern research in world science*. 2023. С. 1378–1382.

Гончарук Ю.О.

*«Фінанси, банківська справа та страхування», 3 курс
Київський національний економічний
університет імені Вадима Гетьмана*

Науковий керівник — д.е.н., доцент кафедри соціоекономіки. Махсма М.Б.

ІННОВАЦІЙНИЙ РОЗВИТОК МЕНЕДЖМЕНТУ ПЕРСОНАЛУ В ПІСЛЯВОЄННИЙ ПЕРІОД

Важливим інструментом відбудови економіки та забезпечення соціальної стабільності в Україні у пост воєнний період мають стати інноваційні технології. В менеджменті персоналу останні повинні знайти своє втілення практично в усіх його основних процесах (доборі, адаптації, оцінюванні, мотивації тощо). Водночас, найактуальнішим процесом, який потребує запровадження інновацій є навчання та розвиток персоналу компанії [1]. Професійна підготовка, перепідготовка та підвищення кваліфікації працівників на інноваційній основі дозволить задовільнити попит зростаючого повоєнного вітчизняного ринку праці на кваліфікованих робітників, спеціалістів, фахівців, керівників.

Значні можливості підвищення ефективності управління персоналом відкриваються з використанням автоматизації аналітики даних [2]. Доцільним є застосування алгоритмів машинного навчання для прогнозування поведінки співробітників та визначення їхньої потреби в навчанні та розвитку. Також актуальним є впровадження інтерактивних платформ та онлайн-інструментів для залучення співробітників до управлінських процесів. Такі інструменти допоможуть співробітникам більш активно долучатися до управління підрозділом, організацією, покращити комунікацію з управлінцями.

Активне поширення віртуального світу в усіх сферах людського життя і, зокрема, в управлінській практиці, зумовлює доцільність використання гейміфікації. У менеджменті персоналу, остання може широко застосовуватися у навчанні та розвитку, оцінюванні працівників, підви-

щенні їх продуктивності праці та мотивації до досягнення цілей компанії. Особливо слід відмітити ефективність використання віртуальної реальності та інших інноваційних технологій для підвищення ефективності навчання та розвитку співробітників. Наприклад, віртуальні тренажери можуть допомогти працівникам навчитися нових навичок без ризику травм або втрати часу на роботі. Не менш важливим є розвиток інноваційних методів оцінки та збору даних про задоволеність співробітників і рівень їхньої продуктивності. Такі методи можуть використовувати штучний інтелект для аналізу поведінки та емоцій співробітників [2].

В контексті захисту даних працівників ефективним є впровадження блокчейн-технологій для забезпечення безпеки та конфіденційності особистих даних співробітників. Зазначені технології можуть забезпечити надійний захист конфіденційної інформації компанії від кібератак та зловживань даними. У сфері компенсаційної політики сучасної компанії доцільним є розвиток інноваційних форм оплати праці, таких як участь у акціонерному капіталі, прибутках компанії, бонусні системи та інші. Такі форми оплати стимулюють персонал до більш ефективної роботи та допомагають залучати та утримати талановитих співробітників.

Зазначені інноваційні технології застосовані у менеджменті персоналу сприяють підвищенню ефективності та конкурентоспроможності як компанії так і персоналу, а також підвищити його вмотивованість та задоволеність. Водночас важливо пам'ятати, що застосування інноваційних технологій потребує значних фінансових вкладень, тому їх впровадження в управлінську практику має бути запланованим та ретельно обгрунтованим з тим, щоб забезпечити ефективність запроваджених заходів. Крім того, інновації в менеджменті персоналу повинні бути гармонійно інтегровані в корпоративну культуру та спрямовані на досягнення стратегічних цілей підприємства.

Література

1. Григоренко Є., Шніцер М. Як після війни Україна має відновлювати економіку та бізнес. Велике дослідження. *Forbes*. URL: <https://forbes.ua/money/yak-pisslya-viyni-ukraina-mae-vidnovlyuvati-ekonomiku-ta-biznes-velike-doslidzhennya-deloitte-15122022-10501>.
2. Довгаль О. Інноваційне управління персоналом. *Ефективна економіка*. 2015. № 5. URL: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=4227>.

Грищенко А.В.

*«Менеджмент персоналу бізнес-організацій» 2 курс,
Інститут бізнес-освіти імені А.М. Поручника
Науковий керівник — к.е.н., доцент кафедри соціоекономіки
та управління персоналом Кравчук О.І.*

ФОРМУВАННЯ СИСТЕМИ МОТИВАЦІЇ НА ПІДПРИЄМСТВАХ БУДІВЕЛЬНОЇ СФЕРИ

Мотивація в управлінні людськими ресурсами відноситься до процесу активізації мотивації співробітників (внутрішня мотивація) і формування мотивації (зовнішня мотивація), щоб співробітники могли працювати ефективніше.

Метою мотивації є вироблення комплексу умов, які спонукають людину здійснювати дії, спрямовані на досягнення мети з максимальною ефективністю.

Процес мотивації можна спростити до наступних етапів [1]: визначати потреби, формувати та розвивати мотивації, керувати ними для зміни поведінки, необхідної для досягнення цілей, і коригувати мотиваційні процеси відповідно до рівня мотивації для досягнення результатів.

Теоретичною основою мотивації є змістовно-процесуальна теорія мотивації. Найпопулярнішими теоріями щодо мотиваційного змісту є теорії Маслоу, Макклелланда та Герцберга.

Найважливішими теоріями процесуальної мотивації є теорія очікування, теорія справедливості та модель мотивації Портера-Лора [2].

Сучасний менеджмент активно намагається модифікувати класичну теорію мотивації, щоб адаптувати її до сучасної структури потреб [3].

Система мотивації персоналу може базуватися на різних методах, і який метод вибрати залежить від розвитку системи стимулювання всередині компанії, переважаючої системи управління та характеристик самої компанії.

Основними напрямками розвитку систем мотивації корпоративного персоналу в сучасних умовах є: основна увага приділяється стратегічним підходам, врахуванню внутрішньої мотивації трудової діяльності та методам психосоціального стимулювання.

На основі аналізу поданих робіт сформульовано заходи щодо вдосконалення системи мотивації та підтримки працівників, отримано наступні результати.

Заходи, пов'язані з реалізацією соціальних програм, дозволяють усунути або компенсувати фактори, що знижують моральний стан, підвищити трудову участь працівників у корпоративній діяльності та закласти основу для формування та розвитку корпоративної культури.

Запропонована методика оплати праці працівників компанії дозволяє врахувати внесок кожного працівника в досягнення загальних стратегічних цілей компанії.

Незважаючи на очевидне збільшення витрат на виплати працівникам, компанія все ще розглядає цю статтю витрат як стимулюючу роботу, підвищення лояльності до організації та, певною мірою, що дозволяє їм конкурувати на ринку праці.

Корпоративна культура безпосередньо впливає на результати діяльності компанії та значною мірою впливає на ефективність її функцій. Тому одним із найважливіших економічних питань ведення бізнесу є правильне обґрунтування критеріїв ефективності корпоративної культури з метою позитивного впливу на кінцеві виробничо-економічні результати.

Може бути виконана побудова системної моделі корпоративної культури компанії, що забезпечує основу представлення зовнішніх і внутрішніх факторів у єдиному цілому, виділивши окремі підсистеми та забезпечивши професійний контроль за їх розвитком.

Практичні наслідки цього дослідження полягають у тому, що компанії можуть використовувати результати для визначення пріоритетів дій щодо покращення мотивації персоналу та систем працевлаштування в освітніх послугах.

Література

1. Колот А.М., Цимбалюк С.О. Мотивація персоналу: підручник. Київ: КНЕУ, 2014. 397 с.
2. Співак В.В. Мотивація як засіб ефективного менеджменту персоналу підприємств. *Вісник Хмельницького національного університету. Економічні науки*. 2010. № 6, т. 2. С. 178–181.
3. Базалійська Н.П., Міщук В.В. Сутнісні підходи формування системи мотивації трудової поведінки працівників на підприємстві. *Глобальні та національні проблеми економіки. Миколаївський національний університет імені В.О. Сухомлинського*, 2016. Випуск 9, с. 232–236.

Давидюк І.В.

*«Менеджмент персоналу», 1 курс магістратура
Київський національний економічний університет*

імені Вадима Гетьмана

Науковий керівник — PhD з ек., доцент кафедри соціоекономіки та управління персоналом

Шандар А.М.

СУТНІСТЬ СОЦІАЛЬНОГО АУДИТУ ЯК ІНСТРУМЕНТУ СОЦІАЛЬНОГО РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВА

Соціальний аудит дозволяє оцінювати соціальну відповідальність підприємства та забезпечувати взаємодію між бізнесом, владою та громадськістю. Економічна сутність соціально-

го аудиту полягає в тому, що за його допомогою можна оцінити ефективність витрат на соціально відповідальні заходи та їх вплив на фінансові показники підприємства. Соціальний аудит є інструментом соціального розвитку підприємства, адже, з одного боку, дозволяє перевірити дотримання соціальних норм та стандартів, а з іншого — відкриває двері для підвищення економічної стабільності та зростання конкурентоспроможності.

До переваг соціального аудиту можна віднести також забезпечення прозорості та відкритості діяльності підприємств, що є важливим для побудови довірчих відносин зі стейкхолдерами. Крім того, соціальний аудит допомагає виявляти проблемні питання в роботі підприємства та розробляти стратегії щодо їх вирішення.

Проблема економічної сутності соціального аудиту є досить актуальною, оскільки в сучасних умовах зростає значення соціальної відповідальності бізнесу та необхідності розвитку громадянського суспільства.

Як показав аналіз наукових публікацій, соціальний аудит є предметом наукових розвідок багатьох науковців, з-поміж яких такі вчені: О.Ю. Балазюк [5], М.В. Вінічук [1], О.А. Даниленко [2], С.П. Ковальчук [3], О.В. Мазурик [4], Н.С. Марушко [1], О.М. Откаленко [3], О. Б. Погріщук [5], В.В. Покинйчереда [3], І.М. Сисоєва [5] та інші. Вони займалися вивченням різних аспектів соціального аудиту, таких як методологія проведення соціального аудиту, інструментарій оцінки соціальної відповідальності підприємств, вплив соціальної відповідальності на економічні результати господарської діяльності та інше.

У своєму дослідженні І.М. Сисоєва, О.Ю. Балазюк та О.Б. Погріщук пропонують визначати соціальний аудит — як «процес оцінки, підготовки звіту, підвищення ефективності функціонування і стилю роботи організації, засіб вимірювання її впливу на суспільство загалом» [5, с. 47]. Таким чином, автори розглядають соціальний аудит як процес, обґрунтовуючи його параметри та виокремлюючи методи.

У результаті аналізу концептуальних підходів до трактування соціального аудиту науковці С.П. Ковальчук, В.В. Покинйчереда та О.М.Откаленко дійшли висновку, що соціальний аудит — «сукупність заходів, спрямованих на перевірку фактичних справ щодо законного та ефективного використання витрат на реалізацію державою та бізнесом соціальних функцій і оцінку рівня досягнення суспільного ефекту від реалізації заходів соціального характеру» [3].

У колі наукових пошуків соціолога О.В. Мазурика перебували теоретико-методологічні засади соціального аудиту. При цьому автор розглядає соціальний аудит як «спосіб оцінки і контролю стану соціальних відносин та рівня соціальної відповідальності бізнесу, влади, громадянського суспільства в будь-якій сфері діяльності» [4, с. 107–108].

Цілком погоджуємось із думкою М.В. Вінічук та Н.С. Марушко, які, розглядаючи проблематику соціальної безпеки, обґрунтовують важливість і необхідність запровадження соціального аудиту як сучасного інструменту соціального партнерства, що має на меті формування якісно нового світогляду, у результаті якого буде підвищуватись соціальна спрямованість бізнесу, що розширить умови для прогнозування та регулювання соціальної складової діяльності економічних систем [1, с. 156].

О.А. Даниленко обґрунтовує сутність соціального аудиту через призму забезпечення гідної праці в контексті адаптації діяльності підприємства до нових соціоекономічних реалій [2].

Аналіз підходів до трактування поняття «соціальний аудит» показує, що у дослідженнях науковці визначають його сутність досить по-різному: як процес, як сукупність заходів, як інструмент. При цьому для простого розуміння соціальний аудит здійснюється з метою перевірки рівня соціальної відповідальності (соціального ефекту), натомість для більш глибокого розуміння — з метою формування нової філософії пріоритетів ведення бізнесу. Беззаперечним є синергічний ефект соціального аудиту для діяльності підприємства, що може проявлятися в якості підвищення лояльності стейкхолдерів, ділової репутації, зростанні конкурентоспроможності та ін.

Зауважимо, що аудиторів визначають економічну сутність соціального аудиту як оцінку ефективності використання ресурсів підприємства на реалізацію соціальних проектів та

соціальних програм. Вони використовують соціальний аудит як засіб контролю за дотриманням підприємствами законодавства про соціальну відповідальність та етичні стандарти.

Менеджери розглядають економічну сутність соціального аудиту як інструмент управління соціальною відповідальністю підприємства. Вони використовують соціальний аудит для визначення потреб споживачів та розвитку соціальних ініціатив, що дозволяє підприємствам забезпечувати ефективне використання ресурсів та підвищувати рівень задоволеності споживачів.

Таким чином, слід зазначити, що поняття «соціальний аудит» має широке та вузьке тлумачення. У широкому сенсі, воно означає моніторинг соціальних відносин на різних рівнях, включаючи міжнародний, національний, регіональний і місцевий рівні соціально-економічних систем. Натомість у вузькому — контроль діяльності бізнесу на предмет відповідності етичним і законодавчим вимогам, з метою оцінити соціальну відповідальність підприємств.

Загалом, соціальний аудит охоплює широкий спектр аспектів, включаючи рівень зайнятості, здоров'я та безпеку працівників, взаємовідносини зі споживачами та громадськістю, відповідність діяльності підприємства етичним та соціальним стандартам, а також внесок в розвиток громади та збереження довкілля. Ці аспекти мають важливе значення для успішного функціонування підприємства та підтримки стабільного соціально-економічного розвитку держави.

Таким чином, соціальний аудит допомагає підприємствам зберегти та розвивати свій бізнес, забезпечувати відповідність своїй діяльності вимогам соціальної та етичної відповідальності, а також зробити свій внесок у підтримку соціально-економічного розвитку держави в цілому.

Можемо визначити, що соціальний аудит — це система діагностики соціально-економічних відносин, яка використовується для аналізу ефективності діяльності органів виконавчої влади, підприємств і регіонів. Його головна мета полягає в тому, щоб виявити фактори розбалансованості соціальних критеріїв і запропонувати заходи для зниження їх впливу і нормалізації ситуації.

Соціальний аудит є способом всебічної та об'єктивної оцінки стану соціальних відносин на різних рівнях, що дозволяє виявити потенційні загрози для погіршення соціального клімату та розкрити резерви розвитку людських ресурсів.

Отже, соціальний аудит є інструментом аналізу умов соціального середовища підприємства з метою виявлення соціальних ризиків і пропозицій щодо їх зниження. Він є результатом розвитку інших форм аудиту, таких як управлінський та фінансовий, з додаванням соціальних критеріїв ефективності. Підприємство може використовувати соціальний аудит як інструмент соціального партнерства, який допоможе вирішувати проблеми соціально-економічного розвитку та забезпечення безпеки. Також, він може бути використаний для прогнозування та зниження соціальних ризиків на підприємствах різних сфер економіки.

Література

1. Вінічук М.В., Марушко Н.С. Місце соціального аудиту в системі соціальної безпеки. *Соціально-правові студії*. 2018. № 1. С. 148–157. URL:<https://bit.ly/3JZIOYF>.
2. Даниленко О.А. Використання соціального аудиту як інноваційного інструменту забезпечення гідної праці при адаптації організації до мінливих економічних умов. *Імперативи та інноваційні механізми забезпечення гідної праці в умовах становлення нової економіки* : зб. тез доповідей учасників Міжнар. наук.-практ. конф. ; 25–26 квіт. 2017 р. КНЕУ, 2017. С. 72–75.
3. Ковальчук С.П., Покинйчереда В.В., Откаленко О.М. Концептуальні підходи до трактування сутності соціального аудиту витрат. *Ефективна економіка*. 2019. № 4. URL: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=6989>.

4. Мазурик О.В. Соціальний аудит як сучасна діагностична технологія: теоретико-методологічні засади дослідження, західний досвід, вітчизняні перспективи. *Вісник Харківського національного університету імені В.Н. Каразіна*. 2015. № 1148. С. 107–113.

5. Сисоєва І.М., Балазюк О.Ю., Погріщук О.Б. Сутність соціального аудиту, його параметри та методи. *Економіка та держава*. 2019. № 11. С. 46–49. URL: http://www.economy.in.ua/pdf/11_2019/11.pdf.

Загребельна Д.Р.

*«Менеджмент соціальної сфери», 4 курс
Київський національний економічний
університет імені Вадима Гетьмана*

*Науковий керівник — к.е.н., доцент кафедри управління персоналом та економіки праці
Кирилюк В.В.*

СОЦІАЛЬНЕ ПІДПРИЄМНИЦТВО В УКРАЇНІ У ПЕРІОД ВОЄННОГО ЧАСУ

Соціальне підприємництво в Україні під час воєнного конфлікту на сході країни стало особливо актуальним та важливим. Багато людей, особливо на територіях, що постраждали від війни, залишилися без житла та можливості заробітку. Соціальні підприємства зуміли знайти способи допомогти цим людям, забезпечивши їх потреби та зайнятість [1].

У період воєнного часу, соціальні підприємства у своїй діяльності зосереджувалися на таких напрямках:

- надання соціальної підтримки постраждалим від війни, зокрема, надання безкоштовних послуг і товарів;
- забезпечення зайнятості населення, зокрема, відкриття нових робочих місць, які були особливо важливі на територіях, що постраждали від війни;
- підтримка малого та середнього бізнесу, що дозволило зберегти та створити нові робочі місця.

На жаль, війна сильно ускладнила діяльність соціальних підприємств в Україні. Зокрема, були складнощі з отриманням фінансування, матеріально-технічного забезпечення та збуту продукції. Також виникли проблеми з персоналом, оскільки багато людей мігрували з постраждалих територій в інші регіони країни.

Однак, соціальні підприємства продовжували свою діяльність та вносили вагомий вклад у підтримку постраждалих від війни людей та відновлення економіки в Україні. У 2022 році в Україні було зареєстровано 2066 соціальних підприємств, що майже вдвічі більше, ніж у 2014 році, коли їх було 1066. Це свідчить про зростання інтересу до соціального підприємництва та його значну розвинутість.

Загалом кількість співробітників у соціальних підприємствах також зросла — з 20 105 у 2014 році до 31 555 у 2022 році. Це може бути пов'язано з розширенням діяльності соціальних підприємств, збільшенням кількості нових підприємств і зростанням числа людей, які звертаються за допомогою до соціальних підприємств [2].

Найпоширенішими видами діяльності в соціальному підприємстві залишаються соціальна підтримка та забезпечення зайнятості, а також підтримка малого та середнього бізнесу. Однак, також варто зазначити, що порівняно з 2014 роком, відбулося збільшення кількості соціальних підприємств, які займаються екологічною діяльністю, що свідчить про зростаючу увагу до проблем збереження довкілля та екологічної сталості.

Стан соціального підприємництва в Україні в період воєнного часу характеризується:

- кількість соціальних підприємств зростала з року в рік, що свідчить про збільшення попиту на соціальні послуги та підтримку постраждалих від війни;
- напрямки діяльності соціальних підприємств значно змінилися під час війни, вони зосередилися на наданні підтримки постраждалим від війни та малий та середній бізнес;

- соціальні підприємства стикалися з проблемами фінансування та матеріально-технічного забезпечення;
- міграційні процеси вплинули на працевлаштування та персонал соціальних підприємств;
- соціальні підприємства продовжували свою діяльність та вносили вагомий вклад у підтримку постраждалих від війни людей та відновлення економіки в Україні.

Соціальне підприємництво донедавна знаходилося на етапі формування в Україні, проте війна внесла свої корективи у його розвиток. Незважаючи на воєнний стан, соціальне підприємництво розвивається. Популяризація соціального підприємництва після перемоги вимагатиме вивчення закордонного досвіду, розробки законодавчої бази та створення власної теоретичної основи. Розвиток соціального підприємництва можливий за умови, що неприбуткові організації та клієнти соціальної роботи побачать реальну користь для себе від підприємницької діяльності. Тобто соціальне підприємництво буде розвиватися тоді, коли зацікавлені сторони зрозуміють, що заробляти гроші краще і вигідніше, ніж отримувати їх у вигляді грантів, соціальних допомог та соціальних виплат.

Література

1. Соціальне підприємництво в Україні: перспективи та проблеми. 2021. URL: <http://surl.li/gxzvpr>.
2. Поширення соціального підприємництва в Україні: актуальний стан та проблеми розвитку. Інститут економіки та прогнозування НАН України. 2019. URL: https://ier.org.ua/wp-content/uploads/2019/09/socialne_pidpnyemnyctvo.pdf.
3. Соціальне підприємництво в Україні: поточний стан та перспективи розвитку. Програма «U-LEAD з Європою». 2020. URL: <https://www.u-lead.org.ua/wp-content/uploads/2020/03/Socialne-pidpnyemnictvo-v-Ukrayini-potochnyj-stan-ta-perspektyvy-rozvytku.pdf>.

Загребельна Д.Р.

*«Менеджмент соціальної сфери», 4 курс
Київський національний економічний університет
імені Вадима Гетьмана*

*Науковий керівник — PhD з ек..., доцент кафедри соціоекономіки та управління персоналом
Шандар А.М.*

ЗНАЧЕННЯ МЕНЕДЖМЕНТУ ЯКОСТІ В КОНТЕКСТІ РОЗВИТКУ СОЦІАЛЬНИХ ПІДПРИЄМСТВ

Менеджмент якості є важливим аспектом управління соціальним підприємством, оскільки воно прагне досягнути поставлену соціальну мету та виконати місію, при цьому забезпечити високу якість виробленої продукції або наданої послуги.

Експерт у галузі якості Шинго Схінохара зазначає: «Менеджмент якості означає перетворення намірів щодо якості в реальні результати за допомогою системного підходу та управлінських методів» [6]. Тобто експерт закликає до використання системного підходу та управлінських методів для досягнення мети щодо якості та постійного покращення в цій галузі.

Багато публікацій вітчизняних учених присвячені менеджменту якості організацій соціальної сфери, серед яких закладам охорони здоров'я (Круть А.Г., Горачук В.В. [2]), освіти (Панченко В.А. [3]), туристичної сфери (Чорна Н. [5]) та інших. При цьому аналіз наукових праць показав, що проблема менеджменту якості соціальних підприємств як специфічної форми організації досі залишається практично не дослідженою. Власне цим зумовлено актуальність дослідження та мета, яка полягає у визначенні ролі менеджменту якості для розвитку соціального підприємства.

Менеджмент якості є важливим інструментом гарантування якості у різних її проявах для стейкхолдерів організації. Одним з ключових елементів менеджменту якості є дотримання стандартів якості різного інституційного рівня. Соціальне підприємство вправі застосовувати всі наявні стандарти, при цьому може імплементувати оптимальні для нього методи, інструменти, механізми оцінки якості.

У ході реалізації менеджменту якості необхідно враховувати особливості діяльності соціального підприємства, такі як приділення уваги соціальній місії та, що важливо, забезпечення позитивного впливу на розвиток суспільства. Це може включати оцінку соціального ефекту, збору даних про результативність та звітність про соціальний вплив [4].

Нижче наведено декілька аспектів управління якістю у соціальних підприємствах, на які, переконані, необхідно звертати особливу увагу:

1. Залучення зацікавлених сторін: соціальні підприємства можуть використовувати методи, спрямовані на залучення зацікавлених сторін до процесу управління якістю. Наприклад, підприємство може створити раду або комітет, в який входять представники працівників, клієнтів, спільноти та інших зацікавлених сторін. Це дозволить враховувати думки і потреби різних груп і забезпечити високу якість продуктів або послуг.

2. Встановлення метрик і показників: соціальні підприємства можуть розробити систему метрик і показників для вимірювання якості своїх продуктів або послуг. Наприклад, це може бути вимірювання задоволеності клієнтів, кількості повторних покупок або ефективності програм соціальної підтримки. Ці метрики допоможуть визначити, наскільки ефективними є заходи з управління якістю та дозволять вносити необхідні зміни.

3. Системи сертифікації: деякі соціальні підприємства можуть отримати сертифікацію якості від відповідних організацій або стандартних агентств. Наприклад, у багатьох країнах існують стандарти соціальної відповідальності (наприклад, B Corp або ISO 26000), які встановлюють вимоги до соціальної відповідальності підприємств. Отримання сертифікації може слугувати підтвердженням високої якості та соціальної відповідальності підприємств, ISO 26000 є міжнародним стандартом, прийнятим Міжнародною організацією по стандартизації (ISO), який встановлює рекомендації щодо соціальної відповідальності. Він надає загальні принципи, рекомендації та настанови для підприємств у справах соціальної відповідальності, включаючи соціальні підприємства. ISO 26000 не є обов'язковим стандартом, але він надає рамки для розуміння та впровадження соціальної відповідальності в організаціях, включаючи соціальні підприємства. ISO 26000 може бути використаний соціальними підприємствами як референтний документ для розвитку та впровадження соціально відповідальних практик. Він допомагає організаціям виявити та врахувати соціальні, екологічні та етичні аспекти своєї діяльності, забезпечуючи більш стійкий і відповідальний бізнес [1].

Таким чином, ISO 26000 є цінним інструментом для соціальних підприємств, оскільки його запровадження сприятиме підвищенню рівня соціальної відповідальності та забезпеченню сталого розвитку.

Отже, можна зробити висновок, що менеджмент якості є необхідним і надзвичайно корисним інструментом для соціальних підприємств, оскільки він підвищує ефективність, сприяє впровадженню інновацій, підвищенню довіри споживачів, а також допомагає забезпечити високу якість продуктів або послуг, що є ключовим для досягнення соціальної місії та задоволення соціальних потреб. Завдяки ефективному менеджменту якості соціальні підприємства можуть досягти позитивного соціального впливу та стати прикладом сталого розвитку в суспільстві.

Література

1. ISO 26000:2010 «Настанова по соціальній відповідальності». URL: <https://bit.ly/3IqN2Hv>.
2. Круть А.Г., Горачук В.В. Перспективи використання стандартів на системи управління якістю в закладах охорони здоров'я. *Вісник соціальної гігієни та організації охорони здоров'я України*. 2019. №3(81). С. 38–43. DOI 10.11603/1681-2786.2019.3.10590.

3. Панченко В.А. Система управління якістю освіти та кадрова безпека вищого навчального закладу. *Наукові записки*. Сер.: Педагогічні науки. 2020. Вип. 186. С. 44–49. DOI: 10.36550/2415-7988-2020-1-186-44-49.

4. Соціальне підприємництво в Україні: поточний стан та перспективи розвитку». Програма «U-LEAD з Європою. URL: <https://bit.ly/3MHnxnZ>.

5. Чорна, Н. Система управління якістю як інструмент удосконалення менеджменту туристського підприємства. *Економіка та суспільство*. 2021. № 28. <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2021-28-14>.

6. Шинго Схінохара «A Study of the Toyota Production System: From an Industrial Engineering Viewpoint» URL: <https://bit.ly/41WONvo>.

Заколюдажний В.

*«Соціальний менеджмент», магістр
Київський національний економічний університет
імені Вадима Гетьмана*

Бабін С.М.,

*старший викладач кафедри соціоекономіки та управління персоналом
Науковий керівник — к.е.н., доцент кафедри соціоекономіки та управління персоналом*

Поплавська О.М.

ЗГУРТОВАНІСТЬ ЯК ОСНОВА РОЗВИТКУ ГРОМАДИ

Зазвичай згуртованість розуміють як соціальне явище, що відображає ступінь єдності громадян. Тобто згуртованість розглядається, з одного боку, як індикатор чи показник ефективності соціально-економічної політики та рівня розвитку країни чи регіону, а, з іншого — є характеристикою та «силою», спроможною вплинути на динаміку розвитку території та суспільства в цілому.

Відповідно до тлумачень Ради Європи, згуртованість передбачає реалізацію таких напрямків: інвестування в соціальні права та згуртоване суспільство; розбудова спільної соціальної відповідальності; посилення представництва та демократичного ухвалення рішень, у т.ч. суспільного діалогу та громадянської активності; побудова безпечного майбутнього для всіх [5]. Таким чином, згуртованість можна визначити як спроможність суспільства забезпечувати розвиток та досягнення визначеного рівня добробуту усіх своїх членів. Способи досягнення добробуту є різні, але головне подолати нерівність, позбутися бідності, створити передумови соціально-економічної безпеки та розвитку. Саме такі умови є базисом справедливого та демократичного суспільства.

Зауважимо, уряд України в руслі реформи децентралізації усе більше прав та обов'язків передає на місця й при цьому вбачає основою діяльності громад саме її самоорганізацію через згуртованість. Так, відповідно до Державної стратегії регіонального розвитку 2021–2027 рр., кожна громада має прагнути «гідне життя в згуртованій, децентралізованій, конкурентоспроможній і демократичній Україні...» [4]. Відповідно до плану реалізації стратегії, першочерговим завданням є «Формування згуртованої держави в соціальному, гуманітарному, економічному, екологічному, безпековому та просторовому вимірах» ...» [3]. Отже, зважаючи на важливість досягнення згуртованості для територіальних громад, питання пошуку інструментів її забезпечення в контексті розвитку громад є вкрай актуальним.

Серед сформованого переліку можливих напрямів досягнення згуртованості у територіальній громаді, можна виокремити такі:

1. зниження конфліктогенності в громаді шляхом запровадження практик недискримінації за будь-якими ознаками;
2. реалізація політики відкритості та доступності ресурсів для усіх;
3. врахування інтересів громади щодо розвитку соціальної інфраструктури;

4. налагодження зв'язків з бізнесом та іноземними партнерами, тощо.

Наразі в усіх регіонах України спостерігається доволі високий рівень згуртованості (рис. 1). При чому, якщо порівняти з даними 2019 року [1], індекс згуртованості значно зріс, що відображає схильність населення країни до об'єднання зусиль під час вирішення складних проблем, задач. Зокрема, найбільші індекси спостерігаємо у північних і західних регіонах. Але така ситуація не говорить, що нічого роботи не потрібно. Навпаки, варто підтримувати ініціативи населення, тоді громади зможуть досягати високих стандартів соціально-економічного життя.

Очевидним є зв'язок між згуртованістю та рівнем розвитку громади. Наприклад, через міграцію, деякі громади стикнуться з проблемами реабілітації внутрішньо переміщених осіб. У разі, коли громада спільно вирішувала їх проблеми, то вдавалося досягти злагоди, уникати конфліктів. Інший приклад, коли неврахування релігійних чи етнічних особливостей провокували міжетнічні конфлікти, а це погіршує соціальну безпеку регіону.

Щоб уникати ризику зниження згуртованості важливо дотримуватися наступних рекомендацій:

- постійно здійснювати моніторинг проблем та пошук шляхів їх вирішення;
- організовувати спільне планування заходів на досягнення згуртованості чи вирішення поточних проблем громади;
- створювати дискусійні клуби, де обговорювати «гарячі» проблеми, шукати шляхи їх вирішення;
- проводити соціально-культурні акції та заходи для взаємо інтеграції громади;
- досліджувати та впроваджувати кращі практики управління громадою, формування згуртованості;
- організовувати та проводити навчально-просвітницькі заходи щодо соціальної проблематики та інших тем, що цікаві громаді [2].

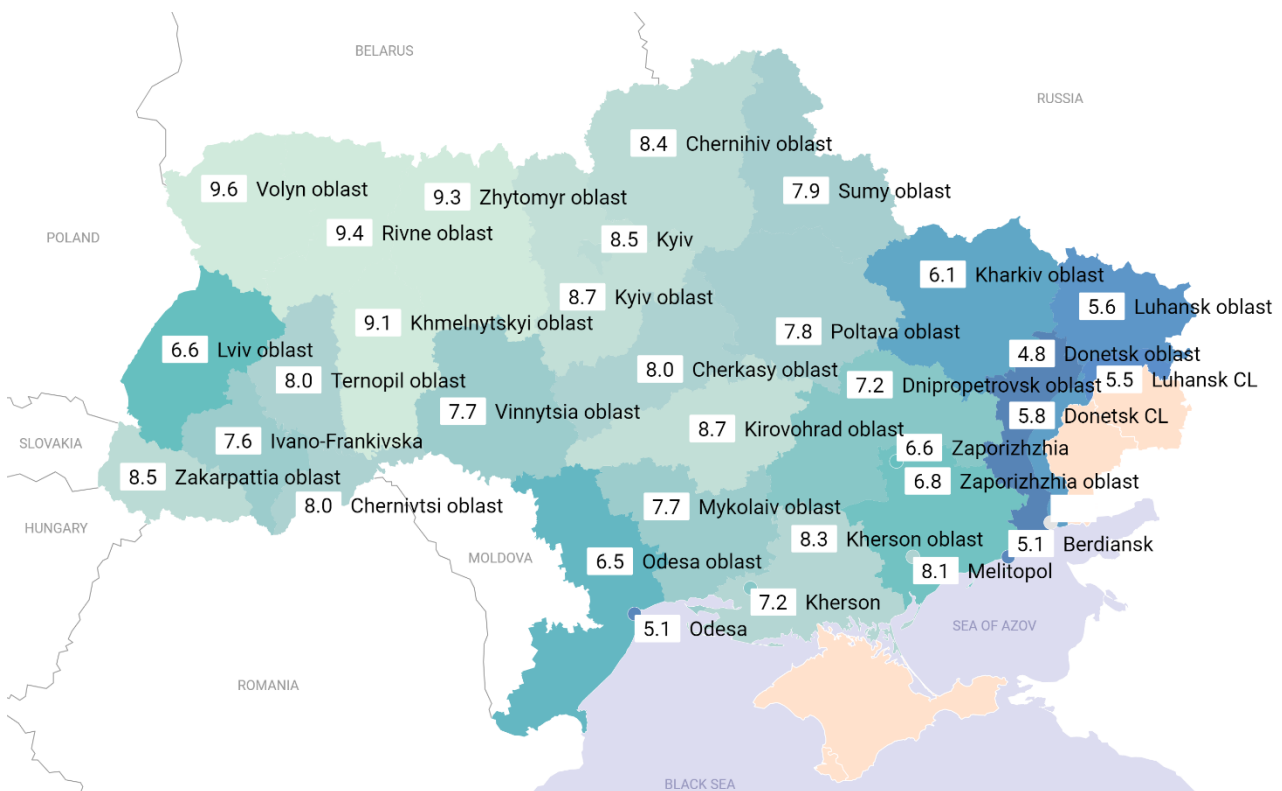


Рис. 1. Оцінка рівня згуртованості за методологією SCORE у 2021 р.

Джерело: <https://www.scoreforpeace.org/en/ukraine/2021/1/map?row=tn-3-0>

Підсумовуючи, відзначимо, що в сучасних умовах, коли військові дії підривають економічний стан країни, досягнення згуртованості в кожній громаді, дозволяє консолідувати зусилля та подолати ті виклики, з якими стикаються громадяни.

Література

1. Економічні засади сприяння згуртованості громад. Аналітична доповідь. 2022 р. URL: https://niss.gov.ua/sites/default/files/2022-07/zgurtovanist-dop.-pravki_direktora-red-15.12_01_el_nauk_vidannya_gotove2_07_07_2022.pdf.

2. Згуртованість громади. URL: <https://zajtzeve.otg.dp.gov.ua/novini-ta-podiyi/novini/zgurtovanist-gromadi>.

3. План заходів на 2021-2023 роки з реалізації Державної стратегії регіонального розвитку на 2021-2027 роки. Розпорядження КМУ від 12 травня 2021 р. № 497-р. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/497-2021-%D1%80#Text>.

4. Про затвердження Державної стратегії регіонального розвитку на 2021-2027 роки. Постанова КМУ від 5 серпня 2020 р. № 695. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/695-2020-%D0%BF/print>.

5. Соціальна згуртованість. Чому це важливо для громади? URL: <https://decentralization.gov.ua/news/15453>.

Козлов Д. О.

*«Соціальний менеджмент», 1 курс
Київський національний економічний
університет імені Вадима Гетьмана*

Бабін С. М.

*старший викладач кафедри соціоекономіки
та управління персоналом
Київський національний економічний
університет імені Вадима Гетьмана*

*Науковий керівник — к.е.н., доцент кафедри соціоекономіки та управління персоналом
Кирилюк В.В.*

ЯКІСТЬ ЖИТТЯ НАСЕЛЕННЯ УКРАЇНИ В СУЧАСНИХ РЕАЛІЯХ

Практично у всіх розвинених країнах світу забезпечення високого рівня якості життя населення є основною метою діяльності державних інститутів та провадження державної соціальної політики. В сучасному світі залишається кілька ключових проблем, над вирішенням яких працюють уряди країн у тісній взаємодії із суспільством. Основною із таких проблем уже багато років залишається забезпечення гідної якості життя населення, — багато економічних та соціальних ресурсів спрямовують для досягнення результатів у цьому напрямку. Не виключенням є і Україна, адже якість життя населення в нашій країні за більшістю критеріїв залишається на нижчому рівні, ніж економічно розвинуті країни Європи та світу. Значний вплив на якість життя населення українців здійснила коронавірусна криза, а в даний час — війна.

Сам термін «якість життя» в науковій літературі розглядають з різних підходів. У світовому енциклопедичному словнику «Britannica» якість життя визначається як міра того, наскільки людина є здоровою, почувається комфортно, здатна брати участь в основних життєвих подіях чи насолоджуватись ними [1]. Згідно з визначенням Всесвітньої організації охорони здоров'я, якість життя — це сприйняття індивідами своєї позиції в житті у контексті культури й системи цінностей і відносно до своїх цілей, очікувань, стандартів і проблем [2].

На даний час Україна переживає один з найскладніших періодів у своїй історії. Післявоєнний етап матиме безліч викликів і навіть після перемоги початок відновлення та

розвитку буде досить болісним і складним. Ще у довоєнні роки Україна потерпала від багатьох проблем, які не дозволяли ефективно змінити підходи щодо підвищення якості життя наших громадян. Тепер цей процес ускладнився новими факторами та викликами.

Існують декілька концептуальних підходів до оцінювання якості життя. Відповідно до одного з них якість життя населення розглядається як економічний добробут (ВВП, індекс економічного добробуту), з іншої боку, якісь життя слід характеризувати як багатовимірну характеристику, що виходить за рамки економічної теорії (модель оцінювання людського розвитку, індекс соціального здоров'я Мірінгофа). Разом із зазначеними підходами існують методики, відповідно до яких під час здійснення оцінювання умов життя населення поєднуються об'єктивістські та суб'єктивістські судження (індикатор журналу «Money Magazine»; трендовий індикатор Майерса; міжнародний індекс умов життя; німецька система соціальних індикаторів; голландський індекс умов життя, методика оцінювання якості життя за Ференсом та Пауерсом; індекс довіри споживачів; індекс центру охорони здоров'я по дослідженню якості життя; індикатор якості життя населення Всесвітньої організації охорони здоров'я) [3, с. 137].

Аналізуючи сучасний стан якості життя українців, можна виокремити ряд проблемних напрямів і факторів, які здійснюють свій негативний вплив:

- повномасштабне вторгнення росії в Україну;
- низький рівень мінімальних державних соціальних стандартів;
- низький рівень доходів населення, бідність;
- демографічна криза та міграція населення (в т.ч. через військові дії);
- низький рівень фінансової безпеки громадян;
- низький рівень «рейтингу здоров'я» українців (через погану екологію, стреси, неякісне харчування та кризову ситуацію в сфері охорони здоров'я);
- високий рівень корупції в державних органах;
- інші фактори впливу.

Прямий вплив мають ті фактори, що безпосередньо підвищують або знижують якість життя окремої людини. Насамперед до них можна віднести умови життя. Цей фактор включає стан житлово-комунального господарства, доступність певних видів послуг, задоволеність базових потреб, вільний час та його використання, накопичення майна та цінностей. Факторами, що мають прямий вплив на якість життя населення, є якість трудового життя, умови життя, навколишнє середовище, задоволення життям.

Британські вчені заявили, що розробили тест, який дає об'єктивну оцінку як емоційного стану людини, так і її фізичного здоров'я. Загалом на основі такого простого анкетування можна виявити те, наскільки людина є задоволеною життям. Що цікаво, притому було виявлено зв'язок між задоволенням від життя та рівнем фізичного здоров'я. У ході дослідження задіяли понад три тисячі осіб старше 60 років. Згідно з британськими дослідженнями виявилось, що особи, котрі були менше за інших задоволені своїм життям, утричі частіше потерпали через проблеми зі здоров'ям чи руховою активністю [3, с. 139].

Проаналізувавши фактори впливу на якість життя населення громадян, варто підкреслити, що першочерговим кроком до підвищення якості життя є перемога України та завершення війни. Післявоєнна відбудова повинна базуватися в тому числі на соціальному партнерстві. Ключовими напрямками підвищення якості життя населення в час відбудови та подальшому є: зниження рівня бідності населення; проведення якісної реформи пенсійного забезпечення; покращення умов життя населення, в т.ч. соціально вразливих верств; підвищення рівня зайнятості населення; упровадження інноваційних підходів до розвитку сфери охорони здоров'я. Все це повинно базуватися на тісній співпраці держави, громадянського суспільства, бізнесу та науковців.

Література

Jenkinson C. Quality of life. URL: <https://www.britannica.com/topic/quality-of-life>.

1. World Health Organization. WHOQOL. User manual. Programme on Mental Health. Rev. 2012.03. 106 p. URL: <https://www.who.int/toolkits/whoqol>.

2. Галайко Н.В. Аналіз якості життя населення в Україні. *Причорноморські економічні студії*. 2020. Випуск 49. С. 135–140.

3. Колот А.Н. Соціально-трудова сфера в умовах глобальних викликів: тенденції, проблеми, можливості стійкого розвитку / А.Н. Колот // *Формування ринкової економіки: зб. наук. праць*. — Спец. вип.: у 3 т. Соціально-трудові відносини і практика. К.: КНЕУ, 2010. Т.1. 468 с.

4. Колот А. Діалектика економічного та соціального розвитку як предмет наукових досліджень. Україна: аспекти праці. 2011. № 5. С. 3–8.

Кокша Д.О.

*«Фінанси, банківська справа та страхування», 3 курс
Київський національний економічний університет
імені Вадима Гетьмана*

*Науковий керівник — д.е.н., доцент кафедри соціоекономіки та управління персоналом
Махсма М.Б.*

СУЧАСНІ МОДЕЛІ УПРАВЛІННЯ БІЗНЕСОМ В КОНТЕКСТІ УДОСКОНАЛЕННЯ МЕНЕДЖМЕНТУ ПЕРСОНАЛУ

Розвиток технологій в останні десятиліття змінив підхід до управління бізнесом. Завдяки новітнім технологіям в менеджменті, менеджери можуть ефективно працювати з даними, аналізувати інформацію та здійснювати швидке та точне прийняття рішень.

Перш за все, слід зазначити, що управління бізнесом є дуже складним і багатоаспектним процесом. Інтереси підприємства, його власників, клієнтів, співробітників та інших стейкхолдерів можуть суперечити один одному, тому виклик для керівництва полягає у тому, щоб знайти баланс між ними.

Однією з найпопулярніших моделей управління бізнесом є модель «трикутника успіху» (Triangle of Success), яка включає в себе три головних елемента: стратегію, процеси та людей. Ця модель показує, що успішне підприємство повинне мати чітку стратегію, ефективні процеси та залученого та мотивованого персоналу [1].

Іншою моделлю, яка набула популярності в останні роки, є модель «стейкхолдерів» (Stakeholder model), яка визнає, що бізнес повинен бути спрямований на задоволення потреб своїх стейкхолдерів, включаючи клієнтів, співробітників, власників, постачальників та інших.

Управління персоналом є однією з ключових складових управління бізнесом. Тут також можна виділити декілька інноваційних технологій.

Першою з них є HR-аналітика (HR analytics), яка використовує аналітичні інструменти для збору та аналізу даних про роботу співробітників [2]. Це дозволяє керівництву приймати обґрунтовані рішення щодо управління персоналом, таких як визначення компетенцій, розробка програм навчання та розвитку, оцінка ефективності роботи тощо.

Другою інноваційною технологією є електронна система управління персоналом (HRIS), яка дозволяє автоматизувати багато рутинних процесів, таких як облік робочого часу, оплата праці, заявки на відпустки та інші. Це зменшує ризик помилок та збільшує ефективність роботи відділу кадрів [3].

Третьою інноваційною технологією є використання штучного інтелекту в управлінні персоналом. Це може включати в себе використання інтелектуальних алгоритмів для відбору кандидатів на вакансії, оцінки ефективності працівників, прогнозування ризику втрати ключових співробітників тощо [4].

Однак, слід зазначити, що використання таких технологій повинно бути ретельно обґрунтоване та забезпечувати збалансований підхід до управління персоналом, що враховує інтереси та потреби співробітників.

У підсумку, можна сказати, що сучасні моделі управління бізнесом та інноваційні технології в менеджменті персоналу дозволяють підприємствам бути більш ефективними та конкурентоздатними. Проте, важливо пам'ятати, що успіх залежить від комплексного підходу до управління бізнесом та розуміння потреб та інтересів всіх стейкхолдерів.

Література

1. Bratton, J., & Gold, J. Human resource management: theory and practice. *Palgrave*. 2017.
2. Armstrong, M. Armstrong's Handbook of Human Resource Management Practice. *Kogan Page Publishers*. 2019.
3. Cascio, W. F. Managing human resources: Productivity, quality of work life, profits. *McGraw-Hill Education*. 2018.
4. Noe, R.A., Hollenbeck, J.R., Gerhart, B., & Wright, P.M. Human resource management: Gaining a competitive advantage. *McGraw-Hill Education*. 2017.

Колісниченко І.І.

*«Підприємництво», 2 курс
Київський національний економічний
університет імені Вадима Гетьмана*

*Науковий керівник — к.е.н., доцент кафедри соціоекономіки та управління персоналом
Даниленко О.А.*

СУЧАСНІ ТRENДИ ДОБОРУ ПЕРСОНАЛУ ТА РЕКРУТИНГУ

Добір і наймання персоналу є критично важливою функцією будь-якої організації, яка прагне підтримувати та вдосконалювати свої людські ресурси. З роками процес наймання зазнав значних змін, особливо з появою цифрових технологій. Сьогодні організації використовують цифрові технології для вдосконалення процесу наймання, і в результаті з'являються нові тенденції, які формують ландшафт наймання та рекрутингу. Сучасні тренди добору персоналу та рекрутингу узагальнено за літературними джерелами [1-4].

Однією з найбільш значущих тенденцій у доборі персоналу є використання штучного інтелекту (AI) і машинного навчання (ML). AI і ML використовуються для автоматизації повторюваних завдань, таких як перевірка резюме, профілювання кандидатів і планування співбесід. Алгоритми AI та ML можуть швидко сканувати та аналізувати резюме, позбавляючи рекрутерів необхідності вручну переглядати стоси резюме. Це не тільки економить час і ресурси, але й зменшує ризик людської помилки та упередженості в процесі відбору.

Ще одна значуща тенденція при доборі персоналу — використання соціальних мереж. Соціальні медіа-платформи, такі як LinkedIn, Facebook і Twitter, стали основними інструментами для рекрутерів для пошуку потенційних кандидатів. Рекрутери можуть використовувати ці платформи для публікації вакансій, пошуку кандидатів і перевірки претендентів. Соціальні медіа також полегшили рекрутерам пряме спілкування з кандидатами, дозволяючи їм будувати стосунки з потенційними найманцями.

Останніми роками віддалена робота стає все більш популярною, і, як наслідок, віртуальний добір персоналу став трендом. Завдяки віртуальному найманню рекрутери можуть дистанційно проводити співбесіди та оцінювання кандидатів за допомогою засобів відеоконференцій. Це полегшило організаціям наймання кандидатів з різних куточків світу без необхідності їздити на особисті співбесіди.

Брендинг роботодавця також став важливим трендом у доборі персоналу та рекрутингу. Бренд роботодавця стосується репутації організації як роботодавця, і він відіграє вирішальну роль у залученні та утриманні найкращих талантів. Організації більше інвестують у розбудову свого бренду роботодавця, демонструючи свою корпоративну культуру, цінності та пере-

ваги потенційним кандидатам. Це допомагає відрізнити їх від конкурентів і залучити кандидатів, які поділяють їхні цінності та бачення.

Різноманітність та інклюзивність стали критично важливими підходами під час наймання. Організації все більше усвідомлюють важливість створення різноманітних та інклюзивних команд, і це призвело до зосередження уваги на наборі кандидатів з недостатньо представлених груп в організації. Розробляються стратегії добору персоналу, щоб залучити й утримати різноманітні таланти, включаючи навчання рекрутерів несвідомим упередженням і використання інклюзивної мови в оголошеннях про роботу.

Отож, сфера добору персоналу та рекрутингу постійно розвивається, і організації повинні бути в курсі останніх тенденцій, щоб залучати та утримувати найкращі таланти. Використання штучного інтелекту та машинного навчання, соціальних медіа, віртуального наймання, бренду роботодавця, а також різноманітності та інклюзивності формують сучасний процес наймання та рекрутингу. Оскільки організації продовжуватимуть засвоювати ці тенденції, процес наймання та рекрутингу стане більш ефективним, результативним і інклюзивним.

Література

1. Тренди HR та рекрутингу 2022: про що попереджають Forbes та Bersin: *HURMA*: веб-сайт. URL : <https://hurma.work/blog/trendy-hr-ta-rekrutyngu-2022/>
2. Основні тренди найму у 2022 році. *INDIGO*: веб-сайт. URL: <https://indigo.co.ua/ua/blog/osnovni-trendi-naymu-u-2022-roci>
3. Касатка І.М., Галай М.В. Прогресивні методи та форми рекрутингу в умовах трансформаційного середовища. *Молодіжний економічний вісник ХНЕУ ім. С. Кузнеця*. 2019. № 9. С. 58–60.
4. Онлайн рекрутинг як сучасний елемент відбору персоналу: веб-сайт. URL: <https://www.wunu.edu.ua/pdf/rob/15-28.pdf>.

Коростіна Л.О.

*«Менеджмент персоналу», 1 курс магістратури
Київський національний економічний університет
імені Вадима Гетьмана*

*Науковий керівник — к.е.н., доцент кафедри соціоекономіки та управління персоналом
Василик А.В.*

ЗАПОБІГАННЯ ПРОФЕСІЙНОМУ ВИГОРАННЮ ПЕРСОНАЛУ ОРГАНІЗАЦІЇ В УМОВАХ ВІЙНИ

В загальному вигляді синдром професійного вигорання можна тлумачити як стресову реакцію, що виникає внаслідок довготривалих професійних стресів середньої інтенсивності. В аналітичному звіті [1, с. 37] вказується, що симптомами професійного вигорання можуть бути внутрішня тривога, незадоволеність собою, своєю професією та місцем роботи, неадекватне вибіркоче емоційне реагування, редукція професійних обов'язків, емоційне та особистісне відчуження тощо.

Професійне вигорання персоналу безумовно приносить збитки для організації, оскільки призводить до таких наслідків, як:

- зниження задоволеності працею працівників;
- збільшення плинності кадрів;
- погіршення соціально-психологічного клімату;
- погіршення якісних і кількісних показників роботи;
- збільшення витрат на забезпечення здоров'я працівників.

В умовах війни загальне психоемоційне навантаження, яке зазнає персонал організації, є набагато сильнішим ніж у мирний час, адже війна впливає не лише на робочий процес працівника, а й на його особисте життя. До таких специфічних пов'язаних з війною чинників, що опосередковано призводять до появи синдрому професійного вигорання в персоналу, можна віднести:

- стан гострого стресу, депресія, емоційне вигорання;
- страх за своє життя та здоров'я, безпеку близьких;
- нестабільність, відсутність планів на професійне майбутнє;
- відсутність достатнього відпочинку;
- збільшення робочого навантаження;
- невивплата або несвоєчасна виплата заробітної плати.

Таким чином, в умовах війни при формуванні і вдосконаленні системи запобігання професійному вигоранню персоналу необхідно застосовувати не лише стандартні засоби і методи, а й додавати нові, які фокусуватимуться на зменшенні негативного впливу вказаних вище чинників.

В умовах війни перше, що негативно впливає на емоційне благополуччя персоналу, а отже може провокувати професійне вигорання, є загроза життю та здоров'ю працівників та їх близьких. Тому будь-які організації, що працюють в умовах ведення бойових дій в країні, повинні надавати пріоритетну увагу заходам безпеки працівників. За необхідності, в залежності від місця розташування, галузі, умов праці та фінансових можливостей організація може вживати різних заходів для забезпечення безпеки працівників, зокрема:

- релокація бізнесу;
- надання практичної та/або фінансової допомоги в релокації працівників та їхніх сімей;
- переїзд до більш безпечних приміщень з укриттям у межах пішої доступності;
- перехід на дистанційний режим роботи;
- розробка чітких алгоритмів дій працівників під час повітряних тривог та надзвичайних ситуацій.

Василик А.В., Столярук Х.С. та Булуй А.В. [2, с. 68] до корпоративних методів запобігання професійному вигоранню в сфері управління персоналом відносять різного роду програми підтримки персоналу (EAP; Employee assistance program), завданням яких є допомога працівникам у вирішенні особистих проблем або проблем, пов'язаних з роботою. Така програма може включати консультування персоналу спеціалістами різних напрямків, зокрема психологічної, юридичної, фінансової сфер тощо. В умовах війни EAP має фокусуватися здебільшого на психологічній підтримці, що сприятиме подоланню працівником спричинених війною психологічних травм, депресії та емоційного вигорання.

Особливу увагу варто приділити проблемі нестабільності та відсутності планів на професійне майбутнє в персоналу. В умовах війни низка факторів, зокрема можливості для професійного розвитку, фінансова підтримка в навчанні чи інші додаткові бенефіти організації, витісняються на задній план, тоді як гарантії стабільності і безпеки стають для персоналу вирішальним фактором. Однак, якщо до початку війни організація пропонувала спектр мотивуючих до навчання чинників для своїх працівників, було б доцільно зберегти їх, принаймні, частково. Для цього необхідно визначити нові показники результативності (KPI) та чітко визначити межі можливостей організації на сьогоднішній день. В такій ситуації найбільш ефективними принципами є прозорість, чесність та відкритість по відношенню до персоналу. Розробка та впровадження індивідуальних планів розвитку, мотивування до поглиблення своїх професійних навичок та компетенцій дозволить частково знизити рівень стресу працівників стосовно потенційної втрати робочого місця.

В умовах війни емоційному благополуччю персоналу також може сприяти підтримка соціальної взаємодії між працівниками, зокрема організація колективних командоутворюючих заходів як в оф лайн, так і в онлайн форматах. Це надає працівникам можливість для додаткового фізичного та психологічного відпочинку, зменшить відчуття соціальної ізоляції

та сформує умови для появи позитивних емоцій, пов'язаних із роботою. Окрім цього ефективним інструментом зміцнення командного духу в організації та підвищення мотивації і лояльності працівників може бути залучення персоналу до волонтерської чи благодійної діяльності.

Отже, в умовах війни необхідно адаптувати заходи щодо запобігання професійному вигоранню персоналу організації під нові фактори, що спричиняють появу цього синдрому: особисті проблеми психологічного характеру персоналу та нездатність організації забезпечувати для своїх працівників такий самий рівень стабільності і комфорту, як і до війни. Враховуючи важливість цієї проблеми, подальші дослідження в цьому напрямку є надзвичайно важливими для підтримки емоційного благополуччя персоналу та ефективної організації робочого процесу в організації.

Література

1. Василик А.В., Столярук Х.С., Булуй А.В. Діагностика проблем і заходи подолання професійного вигорання працівників. *Проблеми економіки*. 2021. № 1. С. 64–71.
2. Брижоватий Т.В., Волгіна О.М., Галай А.О., Дмитрієв Д.О. Оцінка рівня професійного вигорання працівників гуманітарної сфери: аналітичний звіт за результатами дослідження. Київ, 2017. 51 с. URL: https://www.prostir.ua/wp-content/uploads/2017/07/NGO-Forum_Burnout_Report_Final.pdf.

Курило А.М.

*«Менеджмент персоналу», 1 курс магістратури
Київський національний економічний університет
імені Вадима Гетьмана*

*Науковий керівник — к.е.н., доцент кафедри соціоекономіки та управління персоналом
Кир'янова О.В.*

ЕМОЦІЙНИЙ ІНТЕЛЕКТ ТА ЙОГО ВПЛИВ НА ЕФЕКТИВНІСТЬ ВІДДАЛЕНИХ КОМАНД

В умовах військової агресії росії та постпандемічного періоду для більшості українців актуальними є виклики щодо емоційного інтелекту та ментального здоров'я. Стрімкі організаційні зміни, релокації бізнесів та масштабний перехід до віддаленого формату роботи зумовили новий сплеск зацікавленості у формуванні емоційної компетентності віддалених команд.

Здатність взаємодіяти з іншими, враховуючи їхні почуття та потреби, успішно залагоджувати конфлікти та підтримувати гармонійні стосунки — одне з визначень терміну «емоційний інтелект», яке дав американський психолог Деніел Гоулман [2].

Разом з тим, Ховард Гарднер запропонував концепцію множинного інтелекту, відповідно до якої існують різні види інтелекту, такі як: мовний, музичний, візуально-просторовий, естетичний та інші. Основний принцип теорії множинного інтелекту полягає в тому, що різні люди можуть мати різні сильні та слабкі сторони в різних формах інтелекту. Людина може чудово користуватися логікою, але її емоційний інтелект може бути не дуже розвиненим. З іншого боку, деякі люди, які володіють високим рівнем емоційного інтелекту, здатні ідентифікувати та розуміти почуття інших, але їм важко вирішити математичні проблеми [5].

Існуюча концепція побудови та взаємодії в командах Іцхака Адізеса визначає, що для досягнення максимальної ефективності в команді необхідно використовувати підхід, який базується на взаємному підсиленні слабких сторін одних членів команди сильними якостями інших. Для того, щоб ефективно працювати разом і вчитися один в одного, члени команди повинні знати, як використовувати свої індивідуальні навички, щоб доповнити навички своїх

колег. Досягнення цієї мети можливе через посилення комунікації та якісного спілкування між членами команди, яке має ґрунтуватися на довірі та взаєморозумінні. В свою чергу рівень інтелектуальної компетентності можна підвищити шляхом підвищення емоційного інтелекту, який може мати вплив на багато сфер нашого життя [3].

Здатність людей виявляти та контролювати свої емоції значною мірою формується через спілкування та міжособистісну взаємодію, яка є критично важливим компонентом у формуванні та розвитку емоційного інтелекту. Як наслідок, створення ефективної команди, здатність керувати емоціями, формування стійких міжособистісних зв'язків та вдосконалення професійних навичок потребують урахування розвитку емоційного інтелекту завдяки груповій роботі, взаємодії з колегами та іншими людьми, в тому числі за складних обставин.

Важливим фактором, який сприяє побудові ефективної комунікації та підвищує рівень співпраці між учасниками команди, є розуміння емоційного стан кожного члена та створення ефективного зв'язку між ними, що допомагає у вирішенні конфліктів і підвищує задоволеність команди від результативності взаємної роботи та співпраці в цілому[1]. Іншими словами, щоб бути продуктивнішими в роботі та підтримувати команду в досягненні спільної мети, кожен член команди повинен вміти керувати своїми емоціями, контролювати їх та виражати свої потреби та думки за допомогою асертивних методів.

В офлайн командах розвиток емоційного інтелекту може здійснюватися через тренінги та семінари, які дають команді можливість навчитися спілкуватися один з одним і розуміти свої та чужі емоції через практику та самоаналіз. У формі такої персональної взаємодії в рамках одного фізичного простору можуть бути максимально задіяні як вербальні, так і невербальні канали комунікації, що суттєво допомагає членам команди працювати над своїми емоціями, розвивати емпатію до інших, розуміти їхні почуття та опановувати ефективне спілкування. Однак, сучасний стан справ в Україні та обмеження в останні три роки викликані пандемією та війною для країни в цілому поставили нові виклики у вигляді різкого переходу від звичних форматів соціального спілкування до віддаленої взаємодії, що ускладнює формування емоційного інтелекту та вимагає пошуку нових методів навчання та розвитку цієї компетентності.

Враховуючи поширеність віддалених команд і дистанційної роботи, важливо враховувати унікальні аспекти взаємодії в цьому середовищі, оскільки дистанційна взаємодія може знизити рівень емпатії, погіршити комунікацію та спричинити відчуття соціальної віддаленості між колегами, що може негативно вплинути на розвиток емоційного інтелекту в команді. Окрім загального стресового впливу від військових дій, віддалена взаємодія сама по собі може викликати стрес та тривогу у працівників, що також може перешкоджати формуванню емоційної стійкості та регуляції емоцій, що в свою чергу почне відображатись на результатах та продуктивності роботи.

Зважаючи на ці фактори, можна визначити, що наразі робота в онлайн середовищі ставить перед командами кілька викликів, зокрема, складність безпосереднього спілкування між членами команди, що може викликати відчуття відокремленості та соціальної ізоляції. Ця проблема також проявляється через втрату командного та корпоративного духу, складність з розвитком спільної культури та ідентичності команди і відчуття своєї відокремленості від процесів компанії. В свою чергу це підсилює складність у побудові довірчих відносин між членами команди в онлайн середовищі, а недостатня емоційна підтримка та взаємодія можуть призвести до зниження мотивації та продуктивності [7].

Особливо актуальною на сьогодні та в майбутньому є проблема управління емоціями та стресом в умовах війни та післявоєнних викликів. Завдання стають більш складними, вимоги до працівників зростають, а також необхідно забезпечувати інклюзивну взаємодію між колегами. Ці фактори підсилюють проблеми з емоційним інтелектом, ментальним здоров'ям і можуть призвести до виснаження та зниження ефективності роботи.

Проте, хоча перехід в онлайн середовище формує нові загрози для командної взаємодії, технології також можуть допомогти вирішити ці виклики та підвищити рівень емоційного

інтелекту. Так, зокрема, можна навести такі якісні анали форм взаємодії для розвитку емоційного інтелекту в віддалених командах:

- віртуальні кав'ярні: створення окремих форумів або зон для неформального спілкування між колегами, де вони можуть говорити про інші речі, крім труднощів, пов'язаних з роботою, таких як хобі, культура, подорожі тощо. Це допоможе підтримувати довірливі відносини та зміцнювати командний дух;

- онлайн тренінги з розвитку емоційного інтелекту: організація унікальних тренінгів для співробітників з метою підвищення їхнього емоційного інтелекту та навичок управління стресом. Такі тренінги можна проводити як віддалено, так і у форматі асинхронних інтерактивних онлайн занять.

- онлайн ігри та вправи для розвитку емоційного інтелекту: покращення емоційного інтелекту та здатності управління стресом за допомогою спеціалізованих онлайн-ігор та заходів. Такі ігри можуть бути інтерактивними та створювати ефект командного духу;

- регулярні онлайн зустрічі та індивідуальні консультації з психологом: надання можливості поспілкуватися з психологом як індивідуально, так і в контексті групових зустрічей, щоб розвинути емоційний інтелект, керувати стресом і відновити психологічне здоров'я;

- онлайн інтерактивні тренінги з комунікаційних навичок: створення спеціалізованих тренінгів для підвищення рівня комунікативних навичок та успішної практики і спільного розвитку своїх здібностей [6].

Крім того, дослідження показують, що використання спеціальних навчальних програм, які надають пріоритет розвитку навичок розуміння емоцій і контролю над ними, може допомогти віддаленим командам набути емоційного інтелекту. Ці курси можуть містити інтерактивні завдання, ігри, іспити та інші ресурси, які допомагають членам команди вдосконалювати свої здібності емоційного інтелекту. Також віддалені команди можуть використовувати методи спільної онлайн медитації та релаксації, щоб зменшити напругу та покращити концентрацію [4].

Підсумовуючи, можна зазначити, що важливість та актуальність розвитку емоційного інтелекту у віддалених командах, де спілкування є переважно електронним, здатність розуміти емоції інших і реагувати на них є особливо важливою в нових турбулентних суспільних умовах. Дослідження показують, що віддалені команди, які мають високий рівень емоційного інтелекту, можуть бути більш ефективними та продуктивними, порівняно з тими, що не мають цього рівня здібностей. Це підкреслює важливість розвитку емоційного інтелекту для віддалених команд, щоб вони могли домогтися максимальної ефективності та успішності в своїй роботі.

Література

1. Гоулман Д., Бояціс Р., Маккі Е. Емоційний інтелект лідера. Київ: Наш Формат, 2019. 288 с.
2. Гоулман Д., Емоційний інтелект. Харків: Vivat, 2023. 512 с.
3. Іцхак А., Командне лідерство. Як порозумітися з будь-яким менеджером. Київ: Наш Формат, 2019. 312 с.
4. Burkus D. Leading From Anywhere: The Essential Guide to Managing Remote Teams. Boston. New York: Houghton Mifflin Harcourt, 2021. 256 p.
5. Gardner H. Frames of Mind: The Theory of Multiple Intelligences. USA, 2011. 528 p.
6. Littlefield C. 75+Team Building Activities for Remote Teams: Simple Ways to Build Trust, Strengthen Communications, and Laugh Together from Afar. USA, 2020. 123 p.
7. Neeley T., Remote Work Revolution: Succeeding from Anywhere recommendations. New York: Harper business, 2021. 240 p.

Латушко О.Д.

*«Фінанси, банківська справа та страхування», 3 курс
Київський національний економічний університет
імені Вадима Гетьмана*

*Науковий керівник — д.е.н., доцент кафедри соціоекономіки та управління персоналом
Махсма М.Б.*

ВПЛИВ ДІДЖИТАЛІЗАЦІЇ НА РОЗВИТОК МЕНЕДЖМЕНТУ ПЕРСОНАЛУ

Вплив діджиталізації на розвиток менеджменту персоналу став актуальною темою останніх років в світі бізнесу та управління. З появою нових технологій та інформаційних систем, компанії намагаються впроваджувати цифрові інструменти у кожен аспект своєї діяльності, в тому числі і в управління персоналом. Діджиталізація відкриває широкі можливості для ефективного та продуктивного управління персоналом, допомагає зменшити ризики та помилки в прийнятті рішень, забезпечує швидку та точну передачу інформації між різними відділами компанії та зменшує навантаження на людські ресурси [3]. Однак, разом з тим, діджиталізація також вносить певні виклики та проблеми, зокрема, пов'язані з охороною даних, забезпеченням кібербезпеки та інформаційної безпеки, а також зі змінами в організаційній культурі компанії та взаєминах між співробітниками та керівництвом. Тому, розуміння впливу діджиталізації на розвиток менеджменту персоналу є важливою задачею для керівництва компаній та фахівців з управління персоналом.

Однією зі сфер, де діджиталізація має значний вплив на управління персоналом, є підбір і відбір персоналу. Традиційно компаніям доводилося покладатися на паперові резюме, що робило процес повільним і виснажливим. Сьогодні діджиталізація дозволила HR-відділам автоматизувати та спростити процеси набору та відбору персоналу, зробивши їх швидшими та ефективнішими. Завдяки діджиталізації компанії можуть використовувати системи відстеження кандидатів для фільтрації резюме та визначення кваліфікованих кандидатів. Ці системи використовують алгоритми для зіставлення вимог вакансії з навичками та досвідом кандидатів, гарантуючи, що найкращі кандидати потрапляють до шорт-листа для подальшого розгляду [2].

Ще одним аспектом діджиталізації в рекрутингу є використання соціальних мереж та онлайн-порталів з працевлаштування для охоплення ширшого кола кандидатів. Ці платформи надають компаніям доступ до широкої мережі шукачів роботи, що полегшує пошук потрібних кандидатів на їхні вакансії. Соціальні мережі та онлайн-портали вакансій також дозволяють кандидатам швидко і легко подавати свої заявки, що прискорює процес набору персоналу.

Діджиталізація також мала значний вплив на навчання та розвиток в управлінні персоналом. У минулому навчання часто проводилося в аудиторіях, що могло бути дорогим і трудомістким. Завдяки діджиталізації компанії тепер можуть пропонувати онлайн-курси та модулі електронного навчання, які працівники можуть проходити у власному темпі та у зручний для них час [1]. Онлайн-тренінги та модулі електронного навчання не лише економічно вигідніші, ніж заняття в класі, але й гнучкіші. Працівники можуть проходити курси у власному темпі, що дозволяє їм збалансувати роботу та навчання. Модулі онлайн-навчання також пропонують ряд мультимедійних опцій, таких як відео, інтерактивні вікторини та симуляції, що робить навчання цікавішим та ефективнішим [1].

Діджиталізація також зробила революцію в управлінні ефективністю менеджменту персоналу. У минулому компаніям доводилося покладатися на ручні процеси, такі як паперові оцінки ефективності та сеанси зворотного зв'язку. Сьогодні діджиталізація дозволила відділам кадрів автоматизувати та впорядкувати ці процеси, зробивши їх більш ефективними та результативними. Програмне забезпечення для управління ефективністю дозволяє компаніям

відстежувати результати роботи співробітників у режимі реального часу, надаючи більш точну картину їхнього прогресу. Ці програмні інструменти також можуть генерувати звіти та аналітику, надаючи уявлення про тенденції продуктивності та сфери для вдосконалення [2]. Завдяки діджиталізації компанії також можуть впроваджувати системи безперервного зворотного зв'язку, що дозволяє менеджерам надавати зворотний зв'язок працівникам на постійній основі, а не чекати на щорічні оцінки ефективності [2].

Діджиталізація також суттєво вплинула на залучення працівників та комунікацію в управлінні персоналом. У минулому компанії покладалися на традиційні методи спілкування з працівниками, такі як інформаційні бюлетені, службові записки та зустрічі. Сьогодні діджиталізація дозволила HR-відділам використовувати сучасніші інструменти комунікації, такі як електронна пошта, миттєві повідомлення та соціальні мережі. Платформи обміну миттєвими повідомленнями, такі як Slack і Microsoft Teams, стали популярними інструментами комунікації на робочому місці [1]. Ці платформи дозволяють співробітникам спілкуватися один з одним в режимі реального часу, незалежно від того, де вони знаходяться. Вони також сприяють груповим дискусіям і співпраці, полегшуючи співробітникам спільну роботу над проектами.

Соціальні мережі також стали важливим інструментом для залучення працівників. Компанії можуть використовувати соціальні медіа-платформи, такі як Facebook і LinkedIn, для просування свого бренду роботодавця та обміну новинами й оновленнями компанії [1]. Вони також можуть використовувати ці платформи для створення спільнот співробітників, де працівники можуть спілкуватися один з одним і обмінюватися інформацією та ідеями.

Однак діджиталізація також пов'язана з певними викликами, такими як безпека даних і конфіденційність, необхідність підвищення кваліфікації та перекваліфікації фахівців з управління персоналом, а також потенційна упередженість у прийнятті рішень на основі алгоритмів. Тому організаціям вкрай важливо збалансувати переваги діджиталізації з її викликами та вжити належних заходів для усунення будь-яких потенційних ризиків.

Таким чином, діджиталізація зробила революцію в управлінні людськими ресурсами, зробивши його ефективнішим, результативнішим і продуктивнішим. Компанії, які впроваджують діджиталізацію у сфері менеджменту персоналу, мають конкурентну перевагу на ринку, оскільки вони можуть легко залучати та утримувати найкращі таланти, підвищувати залученість працівників і покращувати ефективність роботи організації. Діджиталізація також змінила підхід до управління персоналом, перейшовши від традиційної адміністративної ролі до більш стратегічної, яка додає цінності організації [3]. Загалом, діджиталізація сфери управління людськими ресурсами — це безперервний процес, який вимагає постійного навчання, адаптації та інновацій. Компанії, які впроваджують діджиталізацію і ставлять на перше місце добробут своїх працівників, мають більше шансів на успіх у довгостроковій перспективі, оскільки вони створюють культуру безперервного навчання, інновацій та зростання.

Література

1. Gupta D. HR & Digital Transformation: How to Drive HR Change. Disha Gupta. 2022. URL:<https://whatfix.com/blog/hr-digital-transformation/>.
2. Jesse H. Digitalization in human resources — still some catching up to do? Hannah Jesse. 2021. URL:<https://dmexco.com/stories/digitalization-human-resources/>.
3. Літорович О.В., Карий О.І. Використання адаптивно-інтерактивних систем у процесі навчання персоналу. *Економічний простір*. 2020. No 159. С. 58–62.

СУЧАСНА ПРАКТИКА НАДАННЯ СОЦІАЛЬНОГО ПАКЕТА ПЕРСОНАЛУ ПІДПРИЄМСТВ

У сучасних нестійких умовах та в контексті соціально-економічної кризи, спричиненої пандемією та пост-пандемічними наслідками, а також воєнною агресією росії проти України, дедалі актуальнішим є питання пошуку і впровадження нових доцільних підходів до формування соціальних пакетів у компаніях і оптимізації їх витрат на ці цілі. Адже соціальний пакет є чинником підвищення іміджу компанії та її бренду роботодавця. Працівники та громадськість сприймають роботодавця, який надає належний соціальний пакет, як престижного та бажаного. Це водночас сприяє зростанню й товарного бренду компанії, позитивнішому сприйняттю її продуктів або послуг.

Соціальний пакет — це частина компенсаційного пакета, яка надається як додаткові соціальні виплати та послуги працівникам, що йдуть понад заробітну плату та державні гарантії. Він формується компанією самостійно, враховуючи її власні цінності та потреби працівників, з метою заохочення трудової активності, професійного розвитку і збереження здоров'я та працездатності людини в процесі праці.

На думку С.О. Цимбалюк, «конкурентна соціальна політика вказує на те, що керівництво не лише прагне до максимізації прибутку, а й надає важливого значення соціальному забезпеченню найманих працівників, створенню гідних умов праці, збереженню і збагаченню людського капіталу» [1].

Оцінювання задоволеності працівників соціальним пакетом може бути здійснене за допомогою певних методичних підходів.

Опитування — компанія може періодично здійснювати опитування про рівень задоволеності персоналу тими чи іншими складовими компенсаційної політики в компанії, у тому числі й соціальним пакетом. Можна з'ясувати таким чином їхню задоволеність, якість і доступність послуг, що включені в пакет, та їхні очікування. Також за допомогою опитування можна з'ясувати задоволеність працівників до та після введення нових виплат і заохочень соціального характеру.

Фокус-групи — можна створити групу з числа працівників для обговорення соціального пакету, отримання детальніших відгуків, а також спільного обговорення.

Інтерв'ю — через індивідуальні співбесіди з працівниками, можна з'ясувати їх думки щодо соціального пакету.

Оцінювання показників руху персоналу, плинності кадрів, результати вихідного інтерв'ю тощо — можуть свідчити про незадоволеність соціальним пакетом.

Порівняння з конкурентами — порівняльний аналіз соціального пакета та практики інших компаній у регіоні чи галузі дасть змогу оцінити конкурентоспроможність соціального пакета компанії і, чи він задовольняє потреби працівників.

Перелічені методи можуть бути використані окремо або комбіновано для отримання інформації про задоволеність працівників соціальним пакетом. Разом з тим, інформацію для аналізу може дати зворотний зв'язок від керівників різних рівнів щодо ефективності соціального пакета, його впливу на продуктивність праці та залученість працівників тощо.

Також на великих підприємствах, на регіональному чи національному рівні проводять соціологічні дослідження щодо найбільш часто пропонованих благ і виплат соціального характеру для працівників. Зокрема, на прикладі хорватських підприємств [2; 3, с. 8] було виявлено, що найчастіше пропонованими благами і виплатами соціального характеру для працівників є оплата витрат на дорогу, у 95,5 % випадків. Пільги, які доступні досить часто

(від 50,0 % до 56,8 % підприємств) для всіх працівників, — це оплачувана відпустка понад встановлений законом день, товари компанії зі знижками, соціальні заходи, навчання. Службовий автомобіль є привілеєм для окремих груп працівників, переважно для керівників — на 93,2 % підприємств. Витрати на телефон (65,9 %), платні семінари та конференції (52,3 %), робота вдома (36,4 %) і гнучкий графік роботи (34,1 %) також найдоступніші певним групам працівників. Такі пільги, як програми відпочинку та оздоровлення, позики під вигідні відсотки, оплачені витрати на харчування, додаткове медичне страхування та фінансові консультації, юридичні та інші послуги частіше застосовуються до всіх працівників, ніж до окремих груп працівників. Тим не менш, деякі переваги справді дуже рідкісні на хорватських підприємствах, наприклад, допомоги по догляду за літніми особами, допомоги по догляду за дітьми, страхування життя та додаткового пенсійного страхування.

Подібні дослідження періодично проводяться і в Україні, зокрема, наприкінці 2015 р. команда *roboata.ua* провела дослідження щодо кількості роботодавців, котрі надають своїм працівникам соціальний пакет [4]. І виявилось, що 54 % компаній не надають соціальний пакет. Якщо соціальний пакет наявний у компанії, то в 74 % випадків він є доступним кожному працівнику, а не обраним категоріям. Ще 13 % роботодавців так виховують лояльність у керівників вищої та середньої ланки, а 8 % компаній надають різноманітність бонусів тільки вищому керівництву. 42 % опитаних відповіли, що повністю задоволені соціальним пакетом; 44 % — що не задоволені, замало опцій; 14 % — не задоволені, оскільки компанія пропонує не те, що потрібно працівникові.

Деякі аналітичні звіти великих консалтингових компаній також можуть торкатись питань компенсаційного пакета, та соціальної його складової у тому числі, і давати джерело інформації для аналізу сучасної практики в сфері управління персоналом. Зокрема, в опитуванні щодо впливу війни росії проти України на підходи до управління людським капіталом компанією Делойт в Україні та Американською торговельною палатою в Україні [5] було з'ясовано, що компанії надавали такі види допомоги своїм працівникам під час першого року повномасштабної війни: 79 % — допомога з переїздом, 79 % — допомога з житлом, 67 % — додаткова грошова допомога, 58 % — медичне страхування, 55 % — мобільний зв'язок, 42 % — страхування життя, 39 % — можливість навчання/перекваліфікації, 70 % — гнучкий графік, 27 % — корпоративний транспорт, 21 % — гуманітарна допомога тощо (респонденти могли обирати кілька відповідей).

Таким чином, навіть в умовах пост пандемічного та воєнного часу українські підприємства знаходять можливості для підтримки своїх працівників, сприяння їх добробуту та збереження їх лояльності до компанії. Разом з тим, в кризових умовах особливо важливо дбати про ефективність соціального пакета, що передбачає як задоволення потреб та інтересів працівників, так і зіставлення їх з ресурсами, можливостями і цілями самої компанії в сфері управління персоналом.

Література

1. Цимбалюк С.О., Лебідь А.В. Формування соціального пакета: досвід компанії «Метінвест Холдинг». *Соціально-трудова відносина: теорія і практика*. 2017. № 2. С. 78–85.
2. Klindzic M., Galetić L. Combining Individual and Collective Employee Incentives to Enhance Organizational Performance. *Drustvena istrazivanja: Journal for General Social Issues*. 2020. 29(1). Pp. 71-90. DOI: 10.5559/di.29.1.04.
3. Galetić, L. Reward strategy and practice as a tool to retain employees: case of Croatia. *Strategic Management*. 2020. Vol. 25. No. 3. pp. 3-13. doi: 10.5937/StraMan2003003G.
4. Чи задоволені працівники соціальними пакетами? URL: <https://prohr.rabota.ua/dovolnyi-li-sotrudniki-sotspaketami-rezultat-oprosa/>.
5. Опитування щодо впливу війни на підходи до управління людським капіталом. «Делойт» в Україні, Американська торговельна палата в Україні. 2022. URL: <https://www2.deloitte.com/ua/uk/pages/press-room/press-release/2022/acc-deloitte-survey.html>.

СОРСИНГ-СТРАТЕГІЇ ДОБОРУ ФАХІВЦІВ ДЛЯ АУДИТОРСЬКИХ КОМПАНІЙ

Станом на сьогодні ми спостерігаємо жорстку конкуренцію за висококваліфікованих фахівців. Аудиторські компанії, як і багато інших організацій, постійно змагаються за отримання найкращих талантів на ринку. Окрім того, нестабільність та різні загрози в сучасній Україні обмежують ефективність ринкових принципів і тим самим звужують ринок праці [3]. Саме тому перед компаніями різних сфер діяльності, зокрема й аудиторськими, постало питання щодо ефективності впроваджених ними стратегій добору кандидатів. Актуальність дослідження саме полягає в тому, що вибір стратегій сорсингу залежить від потреб та можливостей конкретної аудиторської компанії, а також від ринкових умов та конкуренції на ринку праці.

Сорсинг — це процес активного пошуку та залучення талановитих кандидатів для компанії або організації. Основна ідея сорсингу — це активний пошук та залучення потенційних кандидатів, які можуть виявитися висококваліфікованими та зацікавленими в роботі в організації. Сорсинг вимагає проведення досліджень, аналізу ринку праці, ідентифікації потенційних кандидатів і встановлення контакту з ними. Він може включати пошук кандидатів, які вже працюють в інших компаніях, або тих, які неактивні на ринку праці, але мають відповідні навички і досвід.

Важливо також розуміти відмінність сорсингу як бізнес процесу від рекрутингу. Якщо рекрутинг фокусується на проведенні інтерв'ю, комунікації з замовником та повній оцінці кандидата відповідно до профілю посади, то сорсинг відповідає за пошук кандидатів та їх первинний перегляд або скринінг, що, певною мірою, є основою побудови якісного зовнішнього бренду роботодавця для кандидатів [1].

Використання сорсинг-стратегій має велику актуальність для аудиторських компаній з декількох причин:

1. конкуренція за таланти. Аудиторські компанії, як і багато інших організацій, постійно змагаються за отримання найкращих кандидатів на ринку. Використання сорсинг-стратегій допомагає залучити і зберегти найбільш кваліфікованих фахівців у компанії;
2. розширення бази кандидатів. Використання різних стратегій сорсингу дозволяє аудиторським компаніям розширити базу потенційних кандидатів;
3. адаптація до змін. Ринок праці постійно змінюється, і аудиторським компаніям необхідно бути гнучкими та адаптуватися до нових умов. Використання сорсингових стратегій дозволяє компаніям швидко реагувати на зміни, залучати нові професійні мережі та платформи і підтримувати активний пошук талантів;
4. застосування різноманітності. Сорсинг-стратегії допомагають аудиторським компаніям залучати різноманітних фахівців з різними навичками, досвідом та перспективами.

Сорсинг-стратегії добору фахівців для аудиторських компаній можуть включати різноманітні підходи та методи, які спрямовані на залучення висококваліфікованих професіоналів у цю галузь. Основні стратегії сорсингу, які можуть бути використані для добору фахівців в аудиторських компаніях, включають такі:

1. партнерство з університетами: налагодження партнерських відносин з університетами та коледжами, організація стажувань, участь у кар'єрних ярмарках і презентаціях для студентів. Це зумовлює залучення молодих талановитих фахівців, які ще не мають значного досвіду роботи;
2. використання рекрутингових агенцій: співпраця з професійними рекрутинговими агенціями, які спеціалізуються на пошуку та відборі кандидатів для аудиторських компаній. Агенції можуть мати широку базу релевантних кандидатів різного рівня та досвіду;

3. внутрішнє переміщення та розвиток персоналу: надання переваги внутрішньому переміщенню фахівців з різних підрозділів компанії, що мають відповідні навички та потенціал для роботи в аудиторській сфері. Застосування політики розвитку персоналу сприяє навчанню та підвищенню кваліфікації працівників;

4. використання професійних мереж та асоціацій: активна участь у професійних мережах, асоціаціях та спеціалізованих форумах, де можна знайти талановитих фахівців з аудиторської галузі. Залучення до проєктів, семінарів і конференцій сприяє встановленню контактів з потенційними кандидатами;

5. рекомендації та реферальні програми: створення реферальних програм, які надають працівникам компанії можливість рекомендувати кандидатів із своєї професійної мережі. Надання винагороди за успішне привернення нових талантів мотивує до активної діяльності;

6. розробка заходів від компанії. Створення релевантних курсів, тренінгів для молодих спеціалістів, їх реклама та власне проведення надає команді рекрутерів доступ до бази учасників, які можуть потенційно стати новими працівниками у відділ аудиту тощо.

Деякі сорсинг-стратегії можуть постати перед проблемою обмеженого потоку кандидатів. Наприклад, використання лише одного джерела, такого як університети, може обмежувати різноманітність кандидатів і призводити до нестачі висококваліфікованих фахівців. Натомість поєднання різних стратегій може бути ефективним для досягнення успішного добору фахівців в аудиторських компаніях. Комбінування підходів дозволяє розширити базу потенційних кандидатів і урізноманітнити підхід до пошуку талановитих професіоналів. Наприклад, поєднання партнерства з університетами з використанням рекрутингових агенцій може забезпечити доступ до випускників із якісною освітою та досвідчених кандидатів з інших компаній. Додавання внутрішніх рекомендацій та використання онлайн-платформ або професійних мереж дозволяє розширити коло пошуку і залучити фахівців за допомогою різних джерел.

Побудова успішної сорсинг-стратегії передбачає експертизу та систематизацію вимог до кандидата та його компетентностей відповідно до профілю посади, вияв гнучкості у підходах та застосування інноваційних практик до пошуку, презентація Employee Value Proposition, яка допоможе залучити та утримати найкращих фахівців.

Окрім різноманітності шляхів отримання бази кандидатів, також важливо дотримуватись правила персоналізованості підходу до кандидата задля утримання якнайбільшої кількості людського ресурсу [3]. Якісна комунікація дозволяє збирати більше релевантної інформації про кожного, його навички, досвід і інтереси, що уможливить більш точне оцінювання відповідності кандидата вимогам вакансії та культурі компанії і збільшить ефективність процесу відбору. Більш того, персоналізований підхід до кандидата створює позитивне враження про компанію і її ставлення до співробітників. Це може сприяти позитивному репутаційному образу роботодавця, залученню більшої кількості талантів і підсиленню бренду компанії.

Отже, важливо регулярно оцінювати ефективність використовуваних стратегій і адаптувати їх відповідно до змін на ринку праці та вимог компанії. Адаптивність до умов, постійний пошук нових способів привернення талантів і персоналізований підхід є ключем до успіху в доборі фахівців для аудиторських компаній.

Література

1. Нюанси побудови процесу сорсингу в компанії. *HURMA* : веб-сайт. URL: <https://hurma.work/blog/nyuansi-pobudovi-proczesu-sorsingu-v-kompaniyi/>.

2. Як сорсинг допомагає закривати вакансії. *EVOTALENTS.SCHOOL* : веб-сайт. URL: <https://evotalents.school/blog-item-4.html>.

3. What is the impact of the war against Ukraine on the labour market? *ILO* : web-site. URL: https://www.ilo.org/budapest/whats-new/essential-questions/WCMS_856454/lang--en/index.htm.

Овсянников Д.П.

*«Менеджмент соціальної сфери», 3 курс
Київський національний економічний університет
імені Вадима Гетьмана*

*Науковий керівник — к.е.н., доцент кафедри соціоекономіки та управління персоналом
Кирилюк В.В.*

ВІДРОДЖЕННЯ ПІВДЕННО-СХІДНИХ РЕГІОНІВ УКРАЇНИ НА ОСНОВІ СОЦІАЛЬНО-ІСТОРИЧНОГО ДОСВІДУ

Україна переживає один з найскладніших періодів у своїй історії. Післявоєнний етап матиме безліч викликів і навіть після перемоги початок відновлення та розвитку буде досить болісним і складним. Ще у довоєнні роки Україна потерпає від демографічної катастрофи. Через це значно бракує людського ресурсу, людський потенціал занепадає, втрачаються об'єкти соціальної сфери, і зникають сотні, тисячі сіл, а через війну — ще й цілі міста. Величезні площі території на південній та східній Україні спустошені.

Проблема відродження села посідає одне з провідних місць ще з року відновлення незалежності. З початку 1990-х по 2000-ні з карти України щорічно зникало по 11 сіл. Найбільше — у Сумській і Чернігівській областях. З 2000 по 2010 — зникли 268 населених пунктів. Дані різняться, але вже за досить застарілими відомостями відомо, що ще у 2010-х близько 5 тисяч перебували на межі вимирання. Очевидно, що війна не тільки прискорила, але й посилила ці процеси.

Згідно офіційних даних Міністерства з питань реінтеграції тимчасово окупованих територій України кількість територіальних громад, розташованих у районах проведення воєнних (бойових) дій, а також тих, що перебувають у зонах тимчасового оточення і окупації станом на липень 2022 року складала 321 територіальні громади, або 21,1 % загальної їх кількості. Особливо важка ситуація відбувається у Донецькій області, де такі громади становлять 20,6 %, Запорізькій — 17,1 %, Херсонській — 15,3 %, Луганській — 11,5 % і Миколаївській — 7,7 % загальної кількості громад, що ведуть воєнні дії [1].

Урбанізація негативно вплинула і на українську демографію, і на українські села. Тому на повоєнній відбудові наявних міст і містечок зупинитися не можна. Очевидно, що необхідно знайти додаткові шляхи відновлення життя у східній і південній Україні. І село може стати шляхом, який допоможе покращити демографічну ситуацію, економіку, врятувати і відновити культурну спадщину.

Для цього можна звернутися до досвіду предків. Колись наші пращури уміло заселяли і наповнювали життям Дике Поле. Навички до розбудови цивілізації закладені на генетичному рівні українців, тому згадати певні методи, а також адаптувати їх до сучасних реалій, не виглядають чимось нездійсненним. На увазі мається успішна народна колонізація, яка проходила у небезпечних умовах, коли вороги могли напасти практично з будь-якої сторони. Український етнос встояв і зміг заселити значні території, які вже давно уособлюють Україну.

У першу чергу можна звернути увагу на хутір. На думку деяких дослідників, хутірська система розселення та господарювання, порівняно з «чистою» сільською, мала значні технічні переваги. Насамперед через те, що вона давала певний простір для проявів ініціативи та індивідуальності господарів, даючи їм можливість на свій розсуд організовувати власне господарство, швидко пристосовуватися до нагальних і мінливих потреб ринку (і не лише місцевого), а також впроваджувати новітні технологічні засоби (нерідко з використанням наукових досягнень) [2]. Звісно, мова не йде про цілковите відтворення садиб, як вони виглядали у ХІХ столітті. Але принцип хуторського господарства нагадує сучасне дрібне фермерство і надає можливість створення малого бізнесу. Власне кажучи, хутір неможливий без ведення господарської діяльності, яку би сьогодні назвали мікро або малим підприємством.

У той же час хутір — це місце проживання для української родини, земля та простір для дітей цієї родини. І цього простору набагато більше, аніж у місті, що є позитивним стимулом

для багатодітності. Господарська діяльність («садиба») у такому випадку відіграє роль сімейного бізнесу, тому стає джерелом необхідних доходів.

Концепція «сучасного хутору» полягає у тому, щоби відмовитися від розширення міст і подальшої урбанізації, і замість цього вкласти ресурси у програму з розбудови невеликих поселень, сіл, передмість, з обов'язковою наявністю додаткової вільної землі для ведення економічної діяльності.

Наприклад, організувати програму з надання пільгових кредитів ветеранам російсько-української війни і ВПО для купівлі/отримання землі, будівництва житла і ведення малого фермерства чи малого бізнесу. Але пільгові умови полягають у тому, що ветерани/ВПО за певний проміжок часу мають завести багатодітну родину. Тобто, коли у родині народжується 3, 4, 5 (це вже залежить від умов та можливостей програми) дитина, кредит списується. Така практика застосовується у деяких європейських країнах, але там немає чіткої стратегії боротьби, чи хоча би опору, урбанізації. Цей шлях непростий, і, можливо, не матиме великої популярності, проте корисний у багатьох відношеннях. Іншим шляхом, де держава матиме більше контролю, є розвиток сіл, тобто колективів, де більше взаємодопомоги. І вже останнім варіантом є розбудова маленьких міст (містечок), перевагою яких буде розвинена інфраструктура, що також приваблюватиме певні категорії людей.

Завдяки цьому одразу можна сприяти вирішенню насущних проблем і досягнути поступу у відродженні південно-східної України, повторному заселенню, розвитку фермерства, розвитку малого бізнесу, сприянні підвищенню народжуваності, поверненні традиційного українського способу життя у власних будинках і господарюванні на приватній власності, своїй, Богом даній землі.

Література

1. Булавка О.Г. Концептуальні засади розбудови сільських територій у воєнний та повоєнний періоди. URL: <https://cutt.ly/y4S6Rm7>.
2. Гуржій О. Український хутір XV-XVIII ст.: Історичний нарис. Київ : Ін-т історії України НАН України, 2007. 82 с.

Осика І.Л.

*«Менеджмент персоналу», 1 курс магістратури
Київський національний економічний університет
імені Вадима Гетьмана*

Науковий керівник — к.е.н., доцент кафедри соціоекономіки та управління персоналом Кицук Т.Г.

КАПІТАЛІЗМ СТЕЙКХОЛДЕРІВ ЯК СУЧАСНИЙ КОНЦЕПТ ВДОСКОНАЛЕННЯ СОЦІАЛЬНО ВІДПОВІДАЛЬНИХ ПРАКТИК БІЗНЕСУ

Наукова спільнота надає вагоме значення концепту корпоративної соціальної відповідальності як фактору, який активним чином впливає на забезпечення умов збалансованого суспільного розвитку. Ці переконання підтверджуються рядом практичних проявів, які мають результуючі підсумки як у дослідженнях можливостей забезпечення стійкості бізнес-процесів, так і в розвідках стосовно того, як суспільство може забезпечити свої головні потреби від налагодження партнерської взаємодії держави, бізнесу та інститутів громадянського суспільства. Відомі науковці досліджують феномен соціальної відповідальності в контексті управлінського та соціоекономічного прояву, а також разом з іншими спорідненими теоретичними конструкціями, які виникли в результаті його впливу на різноманітні сфери як бізнесового, так і суспільного життя. До таких конструкцій належать концепції корпоративної стійкості, корпоративного громадянства, заінтересованих сторін та деякі інші [3].

З поширенням глобалізації посилюється вплив соціуму на бізнес-процеси, оскільки інтернаціоналізація економічних відносин, залучення до виробничих процесів суб'єктів, які являються носіями різних культурних цінностей, потребує налагодження тісних та стійких соціальних контактів для забезпечення успішного функціонування та розвитку бізнесових практик. Тому, наразі, реалізовувати певні підприємницькі ідеї та досягати мети з використанням усталених правил і процедур недостатньо для забезпечення позитивного іміджу, актуального бренду, посилення конкурентоспроможності та формування стійкості бізнесових процесів. Соціальна відповідальність являється універсальним соціально-економічним інститутом забезпечення адекватної відповіді на запити зовнішнього та внутрішнього середовища, дієвим ресурсом укріплення бізнесових позицій.

В умовах становлення цифрової економіки, розвитку інформаційних технологій, посилення ролі соціальної сфери, поширення відкритості та прозорості бізнес-процесів, все більше компаній усвідомлюють те, що орієнтація на збільшення акціонерного капіталу та підвищення фінансових показників не дає відчутного результату. Інші сфери потребують більшої уваги та концентрації інноваційних та креативних підходів до вирішення проблем господарської діяльності. Діалог зі стейкхолдерами являється одним з головних напрямів розвитку та забезпечення конкурентоспроможності бізнес-організації. Взаємодія з зацікавленими сторонами сприяє інноваційності створених продуктів і організації виробничих процесів у напрямі посилення генерації інноваційних рішень, які впливатимуть на стійкість та конкурентоспроможність бізнес-організації у зовнішньому та внутрішньому середовищі [2].

Клаус Шваб на платформі Всесвітнього економічного форуму у Давосі анонсував три можливі моделі майбутнього суспільно-економічного розвитку [4].

Перша модель — «капіталізм акціонерів» — обрана більшістю західних корпорацій. Відповідно до цієї моделі, головною метою будь-якої корпорації повинна бути максимізація прибутку. Друга модель — «державний капіталізм» — покладає на уряд завдання спрямовувати розвиток економіки. Вона стала популярною в багатьох країнах, що розвиваються, і не в останню чергу в Китаї.

Але, порівнюючи ці дві моделі, у третьої, яка має назву «Капіталізм стейкхолдерів», є найбільше цінностей і сучасних практик. «Капіталізм стейкхолдерів» — це модель, яка вперше була запропонована ще півстоліття тому. Вперше в науковому світі проблему взаємодії зі стейкхолдерами розглянув американський учений Фрімен у своїй праці «Strategic Management: A Stakeholder Approach» у 1984 році. Висунута ідея Фрімена про те, що інтереси і вимоги зацікавлених сторін мають враховуватись менеджментом організації при прийнятті стратегічних рішень отримала вагому підтримку в наукових колах [1].

Актуальна цінність цієї концепції в сучасних умовах набуває все більшого значення, оскільки реалії глобалізації, інформатизації та цифровізації всіх сфер життєдіяльності головних суб'єктів суспільної взаємодії посилює активність бізнес-організації у площині налагодження інноваційних комунікацій з тими, хто має будь-який інтерес до діяльності компанії, впливає на її стійкість, конкурентоспроможність, бренд, імідж, капіталізацію та інноваційний розвиток.

Вона позиціонує приватні корпорації як довірених керівників (trustees), що діють в інтересах суспільства, і цілком очевидно є найкращою відповіддю на соціальні та екологічні проблеми сучасності.

На платформі Всесвітнього економічного форуму опубліковано новий «Давоський маніфест». У ньому йдеться мова про те, що компанії повинні чесно сплачувати належні податки, демонструвати нульову терпимість до корупції, захищати права людини в своїх глобальних виробничих ланцюжках, а також виступати за конкурентну рівність на «ігровому полі», особливо в «економіці інтернет-платформ» [4].

Тому головними елементами процесу реалізації моделі «капіталізму стейкхолдерів» стануть питання бізнес-етики та соціальної відповідальності, діагностики діяльності компанії в сукупності економічних, екологічних та соціальних аспектів, які формуватимуть тісні зв'язки зі стейкхолдерами на умовах узгодженості дій та синергії результатів. Активне вико-

ристання цієї моделі в управлінській та господарській практиці видозмінюватиме модель бізнесу, наповнюючи її підприємницьким та інноваційним змістом, що сприятиме довготривалому домінуванню компанії у ринковому сегменті та забезпечуватиме її позитивний вплив на суспільство.

Література

1. Freeman, E. (2018). *Strategic Management: A Stakeholder Approach*. Boston: Pitman DOI: 10.1017/CBO9781139192675.
2. Кицак Т. Г. Діалог зі стейкхолдерами як інструмент забезпечення стійкості бізнес-організації *Соціально-трудова відносина: теорія та практика*. № 10(1), С. 21–24. doi:10.21511/slrtp.10(1).2020.04.
3. Кицак Т. Г. Соціальна відповідальність як фактор забезпечення конкурентоспроможності бізнес-організації. *Соціально-трудова відносина: теорія та практика*. 2018. № 2. С. 27–34. doi:10.21511/slrtp.8(2).2018.03.
4. Шваб К. Чого ми хочемо? Три моделі майбутнього на вибір. 2019. *New voice*. URL: <https://nv.ua/ukr/opinion/pidle-vbivstvo-pavla-sheremeta-yakih-vidpovidey-mi-chekayemo-50059074.html>
5. Колот А.Н. Соціально-трудова сфера в умовах глобальних викликів: тенденції, проблеми, можливості стійкого розвитку. *Формування ринкової економіки: зб. наук. праць. Спец. вип.: у 3 т. Соціально-трудова відносина і практика*. К.: КНЕУ, 2010. Т.1. 468 с.
6. Колот А. Діалектика економічного та соціального розвитку як предмет наукових досліджень. *Україна: аспекти праці*. 2011. № 5. С. 3–8.

Паламарчук М.С.

*«Управління персоналом, соціології та психології», 2 курс
Київський національний економічний університет
імені Вадима Гетьмана*

*Науковий керівник — к.е.н, доцент кафедри кафедри соціоекономіки та управління персоналом
Василик А.В.*

СОЦІАЛЬНО-ПСИХОЛОГІЧНА ПІДТРИМКА ПЕРСОНАЛУ КОМПАНІЙ В ПЕРІОД ВОЄННОГО СТАНУ

Впровадження воєнного стану від 24 лютого 2022 року суттєво вплинуло на життя багатьох людей, їх психологічний та фізичний стани. Нові реалії вимагають впровадження та дотримання нових вимог для компаній, які допомагатимуть піклуватись про соціально-психологічний стан працівників, таких як психологічна підтримка тощо. Це стало поштовхом для дослідження та аналізу соціально-психологічної підтримки персоналу компаній в період війни. Основним завданням є визначення впливу воєнних дій на психологічний стан працівників, а також вивчення можливостей та ефективності різних методів підтримки персоналу в таких умовах. Дослідження має на меті допомогти компаніям забезпечити належний рівень соціально-психологічної підтримки своїх працівників в період дії воєнного стану, що в свою чергу сприятиме збереженню ефективності роботи.

Сучасні практики українських компаній з соціально-психологічної підтримки персоналу в період воєнного стану наведені в таблиці.

Компанія	Заходи	Аналіз/коментар
Enjoy the wood	<ul style="list-style-type: none"> - Облаштування побуту для людей, які працюють на виробництві - Проведення спортивних заходів з командою - Створення модульних містечок для працівників. <p>Під час відключення світла люди могли ними користуватись за власних потреб</p>	Компанія змогла організувати безпечні умови праці для співробітників, зберегти робочі місця, організувати витрати та відновити зруйноване виробництво
Karnel	<ul style="list-style-type: none"> - Підтримка мобілізованих співробітників - Виплати повної з/п в тому числі мобілізованим. <p>Забезпечення скіпірвокою та іншим необхідним</p> <ul style="list-style-type: none"> - Допомога з житлом - Допомога з евакуацією - Допомога при народженні дитини - Навчання для співробітників та студентів - Психологічна підтримка/консультації 	Компанія наділяє велику увагу допомозі мобілізованим співробітникам, акцентуючи увагу на повній виплаті з/п та забезпеченням їх усім необхідним. Також важливим є надання психологічної допомоги (групової, індивідуальної), як співробітникам та і усім бажаним
MacDonalds	<ul style="list-style-type: none"> - Безкоштовна перепідготовка персоналу - Виплата повної з/п - Волонтерські штаби допомоги 	Компанія займається активною волонтерською діяльністю, залучаючи до роботи весь персонал, але при цьому зберігши повну з/п
Coca-Cola	<ul style="list-style-type: none"> - Прихисток співробітників закордоном - Збереження робочих місць та виплата повної з/п, додаткові виплати мобілізованим - Створення 11 Coca-Cola Care центрів для допомоги з евакуацією - Надання співробітникам доступу до коштів Фонду допомоги у разі надзвичайних ситуацій - Розширення програми добробуту (медичне страхування та страхування життя) 	Компанія евакуювала усіх співробітників та надала кожному прихисток. Співробітники, що проживають закордоном надають регулярну допомогу, допомагають евакуйованим. Компанія активно дбає про благополуччя співробітників та їх родин
Fozzy group	<ul style="list-style-type: none"> - Створення штабу допомоги - Допомога з житлом - Відео зустрічі раз на місяць з обговоренням новин та психологічних станів кожного - Підтримка зв'язку з персоналом через пошту 	Компанія налагодила роботу задля забезпечення людей (не тільки працівників) їжею та потрібними речами. Це зберегло робочі місця працівників та дало відчуття безпеки в країні. Багато магазинів було зруйновано, проте компанії вдалося забезпечити безпечні умови для працівників та продовжити роботу.

Узагальнюючи існуючий досвід українських компаній, вважаємо, що основними заходами із соціально-психологічної підтримки персоналу компаній в період воєнного стану є:

- забезпечення працівників нагальними потребами, такими як: житло, харчування, речі найпершої потреби. Забезпечення умов роботи під час відключень світла, надаючи можливість працювати з офісу, обладнаним генератором або з дому. Організація юридичної, психологічної, медичної підтримки. Допомога в пошуку роботи за новим місцем проживання;

- фінансова допомога усім співробітникам, а також збереження робочих місць мобілізованих співробітників. Допомога постраждалим сім'ям при відбудові житла або допомога з орендою;

- забезпечення безпеки на робочому місці, надаючи місця прихистку під час повітряної тривоги з можливістю переривання праці. Допомога з евакуацією співробітникам з тимчасово окупованих територій, а також організація модульних містечок для співробітників;

- проведення тренінгів та вебінарів для персоналу, які допомагають впоратися зі стресом, почуттями безпорадності та надмірної втоми., при цьому не наполягати на його обов'язковому проходженні. Керівники мають забезпечувати необхідний робочий режим,

даючи можливість персоналу брати участь в тренінгах. Персонал може бути задіяний у діяльності, яка допоможе почуватися корисними та допоможе підтримувати моральний дух.

Умови війни створюють великі труднощі для підтримки ефективної командної роботи. Сприятливий соціально-психологічний клімат є ключовим фактором для збереження психічного здоров'я працівників та забезпечення їх продуктивності. Соціально-психологічна підтримка персоналу в умовах війни може бути забезпечена різними способами, які були наведені вище. Її правильна організація є ключовим елементом успішної роботи умовах війни, що в свою чергу забезпечує стабільність економіки країни. Забезпечення психологічної безпеки, ефективної комунікації та розвиваючого середовища допоможе зберегти мотивацію та продуктивність працівників.

Література

1. Війна змінює реальність. Як провідні українські компанії адаптувались до неї? 2023. URL:<https://forbes.ua/war-in-ukraine/viy-na-zminyue-realist-yak-providni-ukrainski-kompanii-adaptuvalis-do-nei-istorii-mcdonalds-privatbanku-imk-ajax-systems-ta-povernis-zhivim-13102022-8977>.
2. Інтернет магазин Enjoy the wood. URL: https://enjoythewood.ua/?gclid=CjwKCAjw0ZiiBhBKEiwA4PT9z4tfg44W7pnebo-cfqabvqlp_ubjqeqzSuH0yncFgGsvz5V7_REZiRRoCQgkQAvD_BwE.
3. Зруйноване виробництво і втрати на \$2 млн. Як оговтується від війни виробник декору з дерева Enjoy The Wood. URL:<https://thepage.ua/ua/business/enjoy-the-wood-karti-z-dereva-vtrati-pid-chas-vijni-ta-yak-vidnovlyuyetsya>.
4. Поринь у світ Coca-cola. URL:<https://www.coca-cola.ua/>.
5. Як працює Coca-Cola HBC під час війни URL: <https://budni.rabota.ua/ua/victory/yak-pratsyuje-coca-cola-hbc-pid-chas-viyni>.
6. Втримати гіганта. Як найбільший агрохолдинг України зміг вижити під час війни. Інтерв'ю з CEO Kernel Євгеном Осиповим. URL:<https://forbes.ua/company/golovne-pitannya-sogodni-likvidnist-intervyu-z-seo-evgenom-osipovim-14112022-9716>.
7. Kernel. URL: <https://www.kernel.ua/ua/>.
8. МакДональдз в Україні. URL:https://www.mcdonalds.com/ua/uk-ua/to_know/mcdonalds_in_ukraine.html.
9. Під час війни зруйновано майже 60 супермаркетів Fozzy Group. URL: <https://hmarochos.kiev.ua/2022/03/30/pid-chas-vijny-zrujnovano-majzhe-60-supermarketiv-fozzy-group/>.

Паращук Є.Ю.

*«Менеджмент персоналу», 1 курс магістратури
Київський національний економічний університет
імені Вадима Гетьмана*

Науковий керівник — к.е.н., доцент кафедри соціоекономіки та управління персоналом Білик О.М.

ЦИФРОВА КОМПЕТЕНТНІСТЬ: ОСНОВНІ ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ ТА ОЦІНЮВАННЯ ЇЇ РІВНЯ

Питання розвитку цифрових навичок суспільства та цифрових компетентностей персоналу набули особливої актуальності в умовах поширення пандемії COVID-19, запровадження воєнного стану в країні і формування нових умов ведення бізнесу, однією з ключових характеристик яких є цифровізація всіх сфер соціально-економічної діяльності. Масовий перехід на віддалену форму організації роботи, а також перехід низки видів бізнесу в онлайн-формат, зажадали від співробітників компаній досить високого рівня розвитку цифрових компетентностей і швидкої адаптації до нових умов професійної діяльності.

В умовах поширення цифровізації особливої актуальності набувають питання формування, підтримання та розвитку діджитал-навичок працівників, актуальних для Індустрії 4.0. Набуття цифрових компетентностей сприяє підвищенню конкурентоспроможності працівників на ринку праці, ефективнішій його адаптації в нових умовах. Володіння сучасними навичками в області цифрових технологій сприятиме зростанню ефективності професійної діяльності персоналу та економіки в цілому.

Цифрова компетентність — це впевнене, критичне і відповідальне використання та взаємодія з цифровими технологіями для навчання, професійної діяльності (роботи) та участі у житті суспільства. Передбачає знання цифрових технологій і методів їх вплив на життя, роботу людини [1].

В умовах сьогодення цифрові технології активно впроваджуються в усі сфери економіки, як на мікро-, так і на макрорівнях з довгостроковою перспективою. Багато компаній уже використовують аналітику зі штучним інтелектом, машинне навчання, штучний інтелект, діджиталізацію управлінських систем, що формують цифрові бізнес системи. Одночасно технології дають змогу автоматизувати основні та допоміжні бізнес-процеси, а взаємодія працівників та організації тепер здійснюється не лише через профільних співробітників, а й за допомогою спеціально створених чат-ботів і роботів.

Сучасні компанії прагнуть оптимізувати свої бізнес-процеси, впроваджуючи інноваційний менеджмент і різні практики управління розвитком організації, використовуючи новітні цифрові інструменти та розвиваючи цифрові компетентності персоналу.

Основні тенденції розвитку компетентностей в умовах цифровізації економіки наведено на рис. 1.

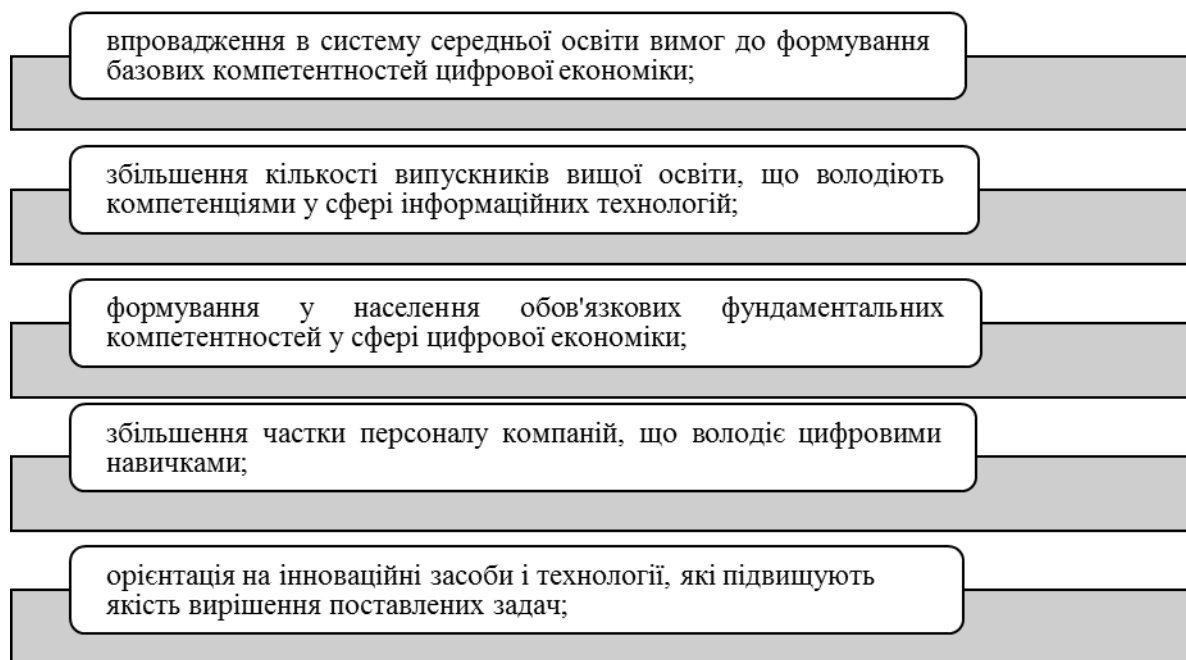


Рис. 1. Основні тенденції розвитку компетентностей в умовах цифровізації економіки

Джерело: розроблено автором на основі [1, 2].

Грамотність в області цифрових технологій як для працівників Індустрії 4.0, так і для громадян країни, є необхідною умовою для наступної хвилі трансформації бізнесу. У Рамці Цифрової компетентності для громадян України представлено підхід, відповідно до якого цифрова компетентність включає в себе шість пріоритетних областей [3] (рис. 2).



Рис. 2. Сфери цифрових компетентностей

Джерело: розроблено автором на основі [3].

Документ Про схвалення Концепції розвитку цифрової економіки та суспільства України на 2018–2020 роки [4] та затвердження плану заходів щодо її реалізації містить стратегічні напрямки розвитку цифрової економіки та суспільства в Україні. Він наголошує на необхідності підвищення рівня цифрової компетентності громадян, що є ключовим чинником успішного розвитку цифрового суспільства. Об'єктивне оцінювання рівня володіння цифровими компетентностями є дуже важливим та актуальним завданням у забезпеченні успішного розвитку цифрової економіки та суспільства, що дозволить визначити рівень цифрової компетентності та потребу в подальшому навчанні населення.

Описи рівнів володіння цифровими компетентностями є дуже важливим інструментом, що допомагає працівникам, кандидатам, HR-менеджерам, фахівцям з оцінювання персоналу зрозуміти, які конкретні знання та навички повинні бути засвоєні для досягнення певного рівня володіння цифровими технологіями, а також допомагає роботодавцям зрозуміти, які навички та знання необхідні для конкретних робочих місць. У таблиці (табл.) наведено описову шкалу оцінювання рівня прояву компетенції «Використання комп'ютерних і мобільних пристроїв».

Таблиця

ОПИС РІВНІВ ВОЛОДІННЯ ЦИФРОВОЮ КОМПЕТЕНТНІСТЮ

Рівень	Загальний опис рівня	Описовий рівень компетенції
		Використання комп'ютерних та мобільних пристроїв
1. Негативний рівень	Компетентність (характеристика) не проявляється	Не вміє користуватися комп'ютерними та мобільними пристроями: клавіатурою, мишею або торканням екрану; не розуміє базових термінів та функцій пристроїв.

Рівень	Загальний опис рівня	Описовий рівень компетенції
		Використання комп'ютерних та мобільних пристроїв
2. Рівень розуміння (розвитку)	Компетентність (характеристика) проявляється не завжди, але співробітник розуміє її важливість і намагається її розвинути	Розуміє базові принципи роботи з комп'ютерними технологіями; вміє включати та вимикати пристрої, переглядати веб-сторінки та відправляти електронну пошту.
3. Базовий рівень (рівень базового досвіду)	Працівник має базовий досвід, який дозволяє проявляти компетентність (характеристику) у більшості робочих ситуаціях	Відповідно до власних потреб та вирішення чітко визначених проблем, ідентифікує та використовує основні поширені комп'ютерні та мобільні пристрої для розв'язання рутинних завдань елементарного рівня складності; вміє встановлювати та використовувати програми, робити пошук в Інтернеті, відправляти та отримувати електронні листи, працювати з текстовими документами та архівами, користуватися соціальними мережами, зберігати та передавати файли між різними пристроями.
4. Рівень досвіду (розширеного досвіду)	Працівник має значний досвід, який дозволяє проявляти компетентність (характеристику) не тільки у стандартних, але і в складних ситуаціях	Відповідно до власних потреб та вирішення чітко визначених проблем, ідентифікує та використовує основні поширені комп'ютерні та мобільні пристрої для розв'язання рутинних завдань середнього рівня складності. Налаштовує основні поширені та нові (нестандартні) комп'ютерні та мобільні пристрої середнього рівня складності. Реагує на появу нових типів комп'ютерних та мобільних пристроїв загального призначення.
5. Рівень майстерності	Компетентність (характеристика) проявляється у дуже складних ситуаціях, працівник може розвивати певні стандарти й навчати інших	Майстерно володіє, в тому числі, розробляє та налагоджує програмне забезпечення, створює веб-сайти та мобільні додатки, забезпечуючи їх безпеку та ефективність; володіє інструментами для роботи з великими обсягами даних та аналізує їх, може створювати складні проекти з використанням різних технологій та інформаційних систем. Крім того, вміє передавати свої знання та навички іншим користувачам, тренувати їх у використанні комп'ютерів та мобільних пристроїв та допомагати вирішувати складні проблеми в цій галузі.

Джерело: розроблено автором на основі [5].

У зв'язку з тим, що інформаційно-комунікаційні технології сьогодні стають невід'ємною частиною реалізації багатьох бізнес-процесів, роботодавці мають перебудувати систему корпоративного навчання в контексті розвитку цифрових компетенцій. З метою своєчасного забезпечення компаній персоналом з необхідними цифровими компетентностями та навичками цей процес має реалізовуватися починаючи з етапу підготовки майбутніх фахівців.

Література

1. Лопушняк Г.С., Милянник Р.В. Вплив цифрових технологій на формування компетенцій управлінського персоналу. *Інвестиції: практика та досвід*. 2019. № 24. С. 10–16. doi: 10.32702/2306-6814.2019.24.10
2. Deloitte Insights: Global Human Capital Trends 2022.
3. The Digital Competence Framework 2.2, 2021. URL: https://joint-research-centre.ec.europa.eu/digcomp/digital-competence-framework_en.
4. Про схвалення Концепції розвитку цифрової економіки та суспільства України на 2018—2020 роки та затвердження плану заходів щодо її реалізації : Розпорядження КМУ від 17 січня 2018 р. № 67-р. URL: <http://zakon.rada.gov.ua/laws/show/67-2018-%D1%80>.

5. Опис рамки цифрової компетентності для громадян України. DigCompUA for Citizens 2.1, 2021. URL: https://thedigital.gov.ua/storage/uploads/files/news_post/2021/3/mintsifra-oprilyudnyue-ramku-tsifrovoi-kompetentnosti-dlya-gromadyan/%D0%9E%D0%A0%20%D0%A6%D0%9A.pdf.

Паращук Є.Ю.

*«Менеджмент персоналу», 1 курс магістратури
Київський національний економічний університет
імені Вадима Гетьмана*

*Науковий керівник — к.е.н., доцент кафедри соціоекономіки та управління персоналом
Кир'янова О.В.*

ВПЛИВ ГЛОБАЛЬНИХ HR-ТРЕНДІВ НА КОРПОРАТИВНІ СИСТЕМИ НАВЧАННЯ ПЕРСОНАЛУ

Впровадження воєнного стану в країні та поширення COVID-19 є двома надзвичайними ситуаціями, що, безперечно, мали вплив на роботу компаній та організацій, оскільки більшість були не готові безболісно та гнучко перейти на віддалений режим роботи, що стало основною перешкодою для подальшого розвитку бізнесу. В реаліях сьогодення — обмежень на виїзд і зустрічі, дистанційна форма навчання та використання онлайн-технологій навчання стають невід'ємною складовою. Корпоративне навчання дедалі стає одним із найбільш актуальних і важливих процесів у сфері бізнесу. Безумовно, корпоративні системи навчання компанії (далі — КСН) можуть забезпечити працівників новими знаннями, навичками та навіть цінностями, що допоможе підвищити ефективність роботи всієї команди та розширити межі її діяльності; забезпечити високий рівень кваліфікації працівників, підвищити їхню ефективність та продуктивність. Варто відзначити, що з року в рік корпоративна система навчання розвивається, відкриваючи нові можливості та пропонуючи все більше інноваційних методик і технологій навчання.

Дослідження та аналіз HR-трендів є базисом у контексті вивчення майбутніх тенденцій розвитку бізнесів на глобальній арені, їх можливий вплив, виклики та тенденції відбуваються на ринку праці, що дає змогу компаніям прогнозувати та адаптуватися до майбутніх змін, зрозуміти, які навички та знання є найзатребуванішими та найактуальними для працівників у різних галузях, а також допомагає імплементувати стратегії та підходи до навчання є найбільш ефективними. Проаналізуємо потенційний вплив глобальних HR-трендів на корпоративну систему навчання в цілому і в Україні, зокрема.

1. Просування людського фактора стійкості (Advancing the human element of sustainability) від Deloitte — організації несподівано опинилися перед необхідністю надавати пріоритет фізичному та психічному благополуччю працівників як питанню виживання, оскільки захист їхнього здоров'я та зменшення стресу стали критично важливими для роботи. Праця та життя, здоров'я, безпека та добробут стали нероздільними. Визнаючи нерозривний зв'язок між благополуччям працівників та продуктивністю їх роботи, у компаніях стали проводитися тренінги, спрямовані на підтримку психологічного комфорту, управління стресом, підвищення рівня задоволеності від роботи. Крім того, такі тренінги допомагають працівникам зберегти енергію та мотивацію, що є дуже важливим у вимогливому і сучасному бізнес-середовищі. В Україні багато компаній також почали впроваджувати тренінги та програми для підтримки благополуччя своїх співробітників, але існує ще багато можливостей для покращення цієї сфери. Цей тренд може стати важливим інструментом для компаній в Україні, які прагнуть досягнути максимальної продуктивності та задоволеності своїх працівників [1].

2. Добробут і безпекове середовище для керівництва (Wellbeing and Safe Workplaces Land in the Board Room) за Джошом Берсіном — тоді, як керівники стали приділяти більше уваги емпатії та підтримці працівників, це має розповсюджуватися на них також. Навчання лідерів тому, як допомогти своїм підлеглим залишатися здоровими, життєздатними та продуктивними, стало пріоритетним завданням. За останні роки, з пандемією COVID-19, зростанням чис-

ла випадків депресії, а також зростанням випадків страху та тривоги на робочому місці, компанії все більше зосереджуються на здоров'ї та безпеці працівників. Це означає, що корпоративні системи навчання стають більш орієнтовані на питання безпеки та здоров'я на робочому місці. Також відбувається перехід від підходу «один розмір підходить всім» до індивідуального підходу до навчання, що дозволяє працівникам зрозуміти важливість здорового способу життя та безпечної роботи. На жаль, в Україні відсутня чітка ініціатива з питань безпеки та здоров'я на робочому місці, а також психологічного комфорту працівників. Відтак, корпоративні системи навчання повинні впроваджувати навчання, націлене на індивідуальні потреби працівників та сприяти підвищенню їх ефективності та продуктивності, а також забезпечувати безпеку та здоров'я на робочому місці. Крім того, українські компанії повинні взяти до уваги глобальні тенденції та відповідні HR-тренди, такі як Wellbeing and Safe Workplaces Land in the Board Room, і включити навчання керівників основам добробуту у свої корпоративні системи навчання. Це сприятиме розвитку компаній та їх працівників [2].

3. Інклюзія протягом усього життєвого циклу працівника (Inclusion across the employee life cycle) від Еріка ван Вулпена — відображає тенденцію HRM до впровадження культури інклюзії на кожному етапі життєвого циклу працівника, що означає підтримку різноманітності та врахування потреб різних груп працівників, забезпечення їхньої рівності та участі у всіх аспектах життя компанії. В першу чергу цей тренд суттєво впливатиме на цілі організації: компаніям необхідно буде пов'язати мету організації з ініціативами щодо різноманітності, як і КСН. В КСН більше уваги приділятиметься навчанням HR-персоналу для створення HR-практик з точки зору різноманітності, відповідно фокус навчання буде змінено. Компанії можуть створювати навчальні програми, які сприяють розвитку усвідомлення проблем дискримінації та нерівності на робочому місці, в тому числі розуміння основних принципів і практик, що стосуються інклюзії та диверсифікації в організації. Навчання може бути зорієнтоване на підвищення компетентності працівників в області управління різноманітністю, зокрема, на розвиток навичок спілкування, побудову взаємовідносин та ефективну роботи в команді. Відповідно, щоб розвивати, просувати та утримувати різноманітні таланти, HR переглядатиме весь життєвий цикл працівника, починаючи від компенсації та пільг і закінчуючи просуванням по службі та навіть можливими звільненнями. На жаль, в Україні нерівність та дискримінація досі можуть бути проблемою на робочому місці, тому врахування цього HR-тренду може сприяти підвищенню уваги до цих проблем та створенню навчальних програм, спрямованих на усвідомлення проблеми дискримінації та нерівності на робочому місці. Крім того, такі навчальні програми можуть допомогти працівникам розуміти, як працювати в міжкультурному середовищі та розвивати навички спілкування, що допоможе підвищити продуктивність та ефективність роботи в команді [3; 4].

Підводячи підсумки, глобальні HR-тренди в основному зосереджені на дослідженні технологій та забезпеченні сприятливого середовища для розвитку та залучення талановитих людей, wellbeing в організаціях. Вони також звертають увагу на важливість підтримки емоційного благополуччя та стійкості, які стають все важливішими для забезпечення ефективної праці в умовах постійної зміни та сприяння формуванню корпоративної системи навчання.

Українські HR-тренди, які описані в локальних джерелах, такі як Peopleforce, Liga Zakon, SightsInPlus, зосередженіші на конкретних проблемах, з якими стикаються вітчизняні компанії, таких як: залучення кандидатів, збереження талантів, емоційна стійкість, аналітика та результативність роботи. Ці тренди є актуальними для України, оскільки вони відображають поточну ситуацію в країні та специфіку ринку праці. Часом глобальні кризи, замість того, щоб зупинити або уповільнити розвиток тієї чи іншої сфери життя, сприяють прискоренню її розвитку. Через повномасштабну війну українські бізнеси змушені бути більш винахідливими у своїх підходах, зокрема, й в HR-сегменті. Адже потрібно використовувати ресурси на повну, щоб продовжувати працювати, підтримувати співробітників і боротися з ворогом. Тому, як не парадоксально, але не виключено, що в умовах війни міжнародні HR-тренди швидше й легше впровадяться в Україні, ніж в інших країнах.

Література

1. Deloitte Insights: Global Human Capital Trends 2023.
2. Joshbersin: HR Predictions for 2021. URL: https://joshbersin.com/wp-content/uploads/2021/05/PredictionsReport_2021_v6.pdf.
3. EY US Diversity, Equity and Inclusion report 2022 release. URL: https://www.ey.com/en_us/diversity-inclusiveness/ey-us-2022-dei-report.
4. Erik van Vulpen: HR trends that will shape the world of work in 2023 and beyond. URL: <https://chro.co.za/articles/hr-trends-that-will-shape-the-world-of-work-in-2023-and-beyond/>.

Парашук Є.Ю.

*«Менеджмент персоналу», 1 курс магістратури
Київський національний економічний університет
імені Вадима Гетьмана*

*Науковий керівник — к.е.н., доцент кафедри соціоекономіки та управління персоналом
Скібська К.О.*

МОЖЛИВОСТІ НАДСУЧАСНИХ СИСТЕМ АВТОМАТИЗОВАНОГО РЕКРУТИНГУ В РЕАЛІЯХ СЬОГОДЕННЯ

Екосистема, межі, формат роботи, які колись вважалися природним порядком речей, стираються, оскільки реалії сьогодення: введення воєнного стану в країні, поширення хвороби COVID-19, кидають виклик традиційним моделям і припущенням про роботу. Організації та працівники повинні разом долати цей новий шлях, спираючись на новий набір фундаментальних принципів, щоб орієнтуватися у мета-світі без кордонів. З'являються нові технології на робочому місці, які не просто розширюють можливості працівників, але й допомагають їм покращити свої особисті та командні здібності — допомагаючи людям стати кращими людьми, а командам — кращими командами.

Проникнення цифрових технологій, штучного інтелекту та хмарних обчислень у кадрову сферу підприємств; забезпечення високого рівня інформаційної безпеки та конфіденційності кадрових даних [1] та посилення впливу технологій [2] були визначені одними із основних стратегічних напрямків розвитку ринку праці в Україні. В умовах глобальної економічної кризи, ми можемо спостерігати певні сигнали на робочому місці, такі як зменшення кількості вакансій, зростання конкуренції на ринку праці та зміни вимог до кандидатів на посаду.

У таких умовах компанії повинні знайти способи ефективною та економічно доцільною роботи з персоналом. Саме тут на допомогу приходять надсучасні системи автоматизованого рекрутингу (таблиця), які дозволяють підбирати найбільш підходящих кандидатів на посаду, зменшуючи витрати часу та коштів на процес рекрутингу.

Підводячи підсумки, у міру того, як ми переходимо від інформаційної епохи до епохи уяви, технології еволюціонують від допомоги працівникам у створенні результатів до надання можливості людям і командам зосередитися на кінцевих результатах, роблячи роботу кращою для людей і людей кращими на роботі. Надсучасні системи автоматизованого рекрутингу мають великий потенціал для поліпшення процесу пошуку та найму кваліфікованих кандидатів на роботу. Ці результати впливають на клієнтів, якість продукції, безпеку на робочих місцях, навколишнє середовище тощо. Усвідомлення цієї цінності вимагає від організацій відходу від застарілих поглядів на технології як на засіб підвищення продуктивності та використання потенціалу інтелектуальних технологій для забезпечення впливу на людей і команди, що спирається на технології.

ОГЛЯД НАДСУЧАСНИХ СИСТЕМ АВТОМАТИЗОВАНОГО РЕКРУТИНГУ

Назва системи	Функціонал
ISpro [3]	<ul style="list-style-type: none"> • публікація вакансій на порталах Work.ua, Rabota.ua, HeadHunter на пряму з системи • редагування та оновлення вакансій на job-сайтах в кілька кліків • ведення єдиної бази кандидатів • розумний пошук претендентів • отримання відгуків на вакансії
Boolean search в пошуку Google	Інструмент пошуку кандидатів за допомогою конкретних команд, так званих логічних операторів. Такий принцип роботи дає змогу вести рекрутеру доволі точний пошук, водночас опрацьовується велика кількість інформації, яка розміщена в Інтернеті. Використання цього інструменту дає можливість отримати релевантні результати прямо з результатів пошукової системи.
TalentScan [4]	<ul style="list-style-type: none"> • пропозиції кращого персоналу від штучного інтелекту для вакансій • візуальна статистика по кожній вакансії з аналізом пошукових каналів. • пошук кандидатів по 8 різним джерелам та X-Ray search в одному місці. • відкриті контактні дані кандидатів
Pchel.net [5]	Сервіс пошуку IT фахівців як для постійної роботи в офісі, так і для віддаленої роботи. Основна перевага платформи – відсутність будь-яких обмежень функціоналу та необхідність купівлі додаткових послуг для роботи з сайтом. Рекрутер може публікувати необмежену кількість вакансій і фріланс проектів, а також має доступ до 40 000 резюме програмістів, дизайнерів, аніматорів та інших IT фахівців.
CleverStaff [6]	<ul style="list-style-type: none"> • інтеграції з популярними сервісами типу LinkedIn, Outlook, Gmail, Rabota.ua, Work.ua та іншими • статуси вакансій та зберігання інформації про них • реалізовано роботу з зовнішніми замовниками, тому вона підійде рекрутерам, які співпрацюють із фрілансерами та рекрутинговими агентствами
Hiretual [7]	<p>Диверсифікація має важливе значення для залучення якісних кандидатів. Hiretual спрощує процес найму завдяки залученню кандидатів. Він виконує всю перевірку кандидатів, що дозволяє вам отримати найкращих з найкращих кандидатів, які підходять для вашої відкритої позиції. Роботодавців, які використовують інструменти для підбору персоналу, вражають функції командної співпраці, які дозволять вам залучити членів вашої команди до процесу прийняття рішень.</p> <ul style="list-style-type: none"> • CRM • управління кандидатами • управління співбесідами • перевірка резюме • адаптація співробітників • брендинг роботодавця • інтеграція з ATS • інструменти диверсифікації • звітність та аналітика
Breezy [8]	дозволяє налаштувати під себе воронку кандидатів, автоматизувати безліч процесів, зокрема автовідповіді, переглядати аналітику прямо на картці вакансії та багато іншого
Greenhouse [9]	Greenhouse – це універсальне рішення для рекрутингу, яке пропонує одну з найкращих систем відстеження кандидатів (ATS) на ринку. Заточена під інтеграцію з поштовими клієнтами (GMail, Outlook), міжнародними job-сайтами (Indeed, Monster), LinkedIn та багатьма іншими платформами. Загалом Greenhouse інтегрується з 400+ сервісами
AmazingHiring [10]	<p>Веб-додаток для пошуку IT-спеціалістів. Він автоматично шукає найкращих пасивних кандидатів у понад 50 джерелах. Технологія на основі штучного інтелекту допомагає заощадити час на попередній відбір кандидатів.</p> <ul style="list-style-type: none"> • інструмент пошуку кандидатів зі штучним інтелектом • автоматизація обміну повідомленнями з кандидатами • інтеграція з ATS/CRM • управління чергою • збагачення даних

Література

1. Zakharova O, Lopushnyak G, Skibska K. Current Trends in the Development of the Ukrainian Labour Market. *Studia Regionalne i Lokalne*. Issue 3. 2022. P. 17–31. doi: 10.7366/1509499538902.
2. Deloitte Insights: Global Human Capital Trends 2023.
3. ISpro. URL: <https://ispro.ua/>.
4. TalentScan. URL: <https://talentscan.ua/>.
5. Pchel.net. URL: <https://pchel.net/>.
6. CleverStaff. URL: https://cleverstaff.net/ua/?utm_source=google&utm_medium=cpc&utm_campaign=ua_srch_brand&gclid=Cj0KCQjw2v-gBhC1ARIsAOQdKY3mhLD71gUgEU_VOpHEhupBEE7Sj_P58ha0xaTHPrBAmUtjy8BkoBhAaArouEALw_wcB. (дата звернення 26.03.2023).
7. Hiretual. URL: <https://hireez.com/>.
8. Breezy. URL: https://breezy.hr/?gspk=c2VtYW50aWNsYWJz&gsxid=oZ8roiNM1FzQ&sid=1-g-Cj0KCQjw2v-gBhC1ARIsAOQdKY1vGxO_nyAxNUH7ntqL5WoOI-rO-hPWDhc_Vhy4bl_WtITQWeTkAsxIaAif2EALw_wcB.
9. Greenhouse. URL: <https://www.forbes.com/advisor/business/software/greenhouse-review/>.
10. AmazingHiring. URL: <https://amazinghiring.com/>.

Рубель К. О.

«Менеджмент персоналу», 3 курс

Київський національний економічний університет

імені Вадима Гетьмана

Науковий керівник — к.е.н., доцент кафедри соціоекономіки та управління персоналом Білик О. М.

ОСОБЛИВОСТІ ЗАСТОСУВАННЯ МЕТОДУ «360 ГРАДУСІВ» У СУЧАСНИХ ОРГАНІЗАЦІЯХ

Оцінювання співробітників компанії — один з важливих елементів системи управління персоналом та формування HR-стратегії компанії, адже воно дозволяє визначити наскільки ефективно виконуються поставлені завдання та досягаються цілі професійної діяльності персоналу. Крім того, оцінювання дає можливість оцінити невикористаний потенціал наявного в компанії ресурсу праці та визначити потребу в навчанні та професійному розвитку співробітників. Існує безліч різноманітних методів для оцінювання персоналу за допомогою яких можна оцінити окремі аспекти роботи персоналу. Одним з популярних методів оцінювання є метод «360 градусів». Практичну специфіку даного методу можна проаналізувати вивчивши дослідження відомих та авторитетних аналітично-практичних платформ Forbes [1], Humana [2], Work.ua [5], Lattice [3], People Force [4] тощо.

Сутність оцінювання «360 градусів» полягає в тому, що працівника компанії оцінює його ділове оточення. Зазвичай, до опитування долучаються керівники, колеги, підлеглі та сам працівник. Інколи, зона зворотного зв'язку може бути розширена та включати в себе інших заінтересованих осіб (зовнішніх споживачів, клієнтів, постачальників тощо) [5, с. 207]. Кожен оцінювач заповнює анонімну анкету, в якій відповідає на цільові запитання стосовно прояву професійних та особистісних компетенцій працівника (ефективність професійної діяльності, комунікаційні навички, лідерські якості тощо). Завдяки поєднанню відгуків з кількох джерел, забезпечується більш збалансоване та об'єктивне уявлення про рівень розвитку про-

фесійних компетентностей і навичок працівника, особистісні риси, сильні та слабкі сторони працівника.

Варто зауважити, що даний метод також надає можливість оцінити рівень адекватності самосприйняття, порівнявши результати самооцінювання і стороннього оцінювання.

Використання оцінювання методом «360 градусів» може бути корисним для вирішення багатьох завдань, а саме: підвищення мотивації персоналу, планування потреб у навчанні, визначення можливостей для розвитку, удосконалення міжособистісної комунікації та взаємодії, покращення ефективності праці тощо.

Оцінювання «360 градусів» є ефективним у стабільних організаціях, де працівники добре знають колег і мають стійку думку один про одного. Такий підхід до оцінювання особливо корисний, якщо в організації приділяється значна увага корпоративній політиці, цінностям, нормам поведінки, командній роботі, розвитку та навчанню персоналу [5, с. 208].

Для того, щоб отримати об'єктивні, достовірні результати оцінювання, потрібно дотримуватись етапності розробки та реалізації програми оцінювання «360 градусів» в компанії.

Етап 1: Визначення цілей і завдань оцінювання, визначення компетенцій, що підлягатимуть оцінюванню, наприклад, ініціативність, пунктуальність, стресостійкість, цілеспрямованість, робота в команді, самоконтроль тощо.

Етап 2: Вибір співробітників, які будуть приймати участь в оцінюванні. Важливо, обирати тих працівників, з якими співробітник взаємодіє найбільше. Окрім того, не треба формувати занадто велику групу оцінювачів, адже це може викликати появу зайвих труднощів на різних етапах реалізації оцінювання.

Етап 3: Вибір методів збору та оброблення інформації про працівника, розроблення оцінювальних форм. На цьому етапі визначається які методи збирання та оброблення інформації будуть використовуватися для отримання повної та об'єктивної оцінки працівника. Під час вибору методів і форм оцінювання необхідно враховувати особливості компанії, в якій проводиться оцінювання, а також особливості роботи працівника, якого оцінюють.

Етап 4: Комунікація з усіма учасниками опитування. Перед проведенням оцінювання необхідно роз'яснити всім учасникам процесу цілі і методику дослідження, особливості проведення, напрями використання отриманих результатів та ін., щоб уникнути необ'єктивних відповідей.

Етап 5: Апробація програми оцінювання та аналіз її результатів. Основна мета апробації — перевірка ефективності та надійності розробленої програми оцінювання. На цьому етапі анкету заповнює невелика група тестувальників та надає зворотній зв'язок щодо зручності заповнення анкети, зрозумілості та логічності питань тощо. Під час аналізу отриманого фідбеку можна виявити помилки та недоліки розробленої анкети, які необхідно виправити перед проведенням опитування.

Етап 6: Реалізація програми оцінювання методом «360 градусів». В сучасних умовах, найчастіше використовують автоматизовані опитувальники «360 градусів». Їх застосування дозволяє заощадити час менеджера та контролювати всі етапи проведення опитування: проведення розрахунків та збереження їх результатів, здійснення аналітики, отримання зворотного зв'язку тощо.

Етап 7: Аналіз та використання результатів, надання зворотного зв'язку. Після проведення опитування проводиться аналіз отриманих результатів, визначаються усереднені оціночні дані та порівнюється профіль самооцінки співробітника з профілями оцінок, виставлених іншими учасниками. Результати порівняння можуть подаватися у різних формах: описовій, табличній та графічній. Найпоширенішою є графічна форма, оскільки наочно демонструє відмінності в оцінках, виставлених різними учасниками. Важливим результатом проведеного оцінювання є формулювання персоніфікованого звіту-рекомендації для співробітника, який містить поради щодо індивідуального розвитку працівника, враховуючи його сильні та слабкі сторони.

Отже, оцінювання співробітників методом «360 градусів» — це ефективний інструмент для отримання об'єктивної інформації про співробітника та планування його розвитку. Правильно організована та проведена 360-градусна оцінка покращить ефективність професійної діяльності працівників, підвищить рівень індивідуальної та командної результативності та позитивно вплине на діяльність компанії в цілому.

Література

1. Forbes: website URL: <https://www.forbes.com/?sh=106c4ca52254>.
2. Hurma: website. URL: <https://hurma.work/blog/category/hr-ua/>.
3. Lattice: website URL: <https://lattice.com/type/articles>.
4. PeopleForce: website. URL: <https://peopleforce.io/uk/blog>.
5. Work.ua: website URL: <https://www.work.ua/articles/>.
6. Цимбалюк С.О., Білик О.М. Оцінювання персоналу: навч. посіб. К.: КНЕУ, 2021. 311 с.

Стріленко Ю.О.

«Менеджмент персоналу», 4 курс

Київський національний економічний університет

імені Вадима Гетьмана

Наукові керівники — к.т.н., доцент кафедри соціоекономіки та управління персоналом

Рудакова С.Г.,

к.е.н., доцент кафедри соціоекономіки та управління персоналом Щетиніна Л.В.

БРЕНД РОБОТОДАВЦЯ: ПРІОРИТЕТИ ТА ПРОГРАМА РОЗВИТКУ

За останні три роки українська економіка зіткнулася з непередбачуваними ситуаціями. Життя українців більше ніколи не буде таким, як раніше, так-як реалії нашого часу — поява інфекційного захворювання COVID-19 та повномасштабне вторгнення РФ на територію України. Безумовно, війна має широкий вплив на економіку, бізнес та соціальні процеси в нашій країні, і її наслідки можуть відчуватися ще довгий час після нашої перемоги.

Бренд роботодавця грає важливу роль під час війни, оскільки він впливає на те, як працівники та громадськість сприймають компанію в контексті конфлікту. Якщо роботодавець проявляє відкритий і відповідальний підхід до кризи, це може допомогти підтримати довіру та лояльність працівників і споживачів.

З іншого боку, якщо компанія не дотримується етичних принципів під час війни, це може викликати негативну реакцію і привести до втрати репутації та бізнесу. Таким чином, бренд роботодавця може бути ключовим фактором в реакції на кризу та впливати на результати компанії.

У сучасних реаліях України, бренд роботодавця повинен показати свою відповідальність та дбайливість до своїх працівників, надаючи безпечні умови праці та враховуючи індивідуальні потреби працівників. Пріоритети та програма розвитку бренду роботодавця повинні бути націлені на залучення та збереження талановитих працівників (рис. 1).

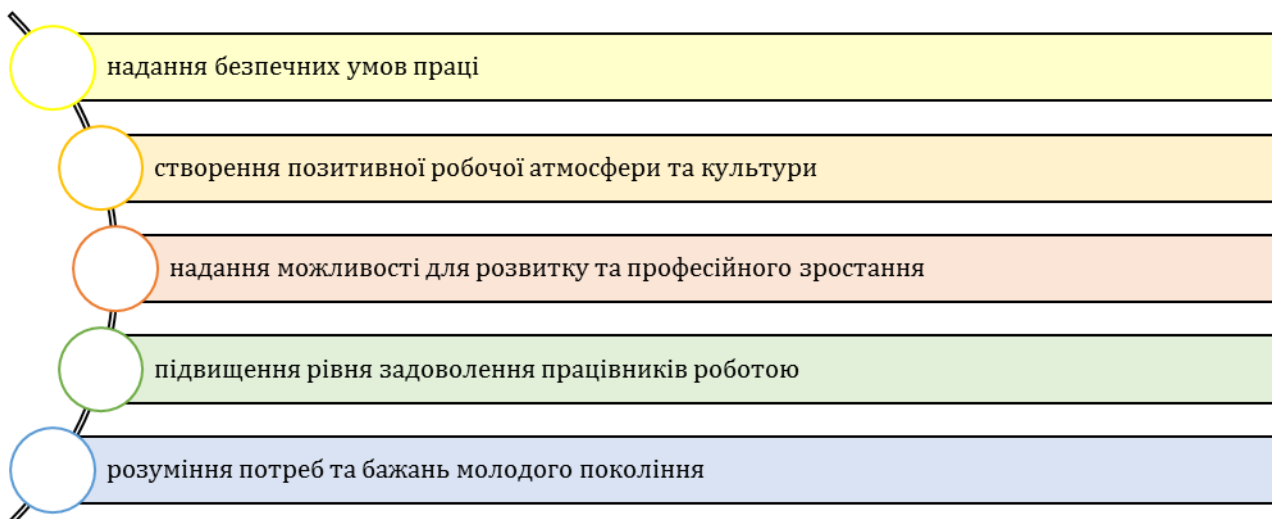


Рис. 1. Шляхи досягнення успіху в розробці програми розвитку бренду роботодавця

Джерело: створено автором

Крім того, цифрові технології швидко розвиваються, тому бренд роботодавця повинен бути активно просуватися в соціальних мережах і на онлайн-платформах, щоб залучити нових працівників та зберегти тих, що вже є у компанії.

Російсько-українська війна має значний вплив на бренд роботодавця в Україні. Конфлікт веде до економічних та соціальних труднощів, що можуть впливати на репутацію компаній, які працюють в Україні. Зокрема, це може викликати збиток довіри до бізнесу, який пов'язаний з Росією, або компаній, які не здатні забезпечити безпеку своїм працівникам у зоні конфлікту.

Таблиця

ОГЛЯД ПЕРЕВАГ УСПІШНИХ ПІДПРИЄМСТВ УКРАЇНИ З ТОЧКИ ЗОРУ БРЕНДУ РОБОТОДАВЦЯ*

Назва	Позитивні аспекти позиціонування компанії на ринку праці
АТ КБ «ПРИВАТ-БАНК» [2]	<ul style="list-style-type: none"> - компанія є однією з найбільших та найінноваційніших фінансових установ в Україні - компанія прагне забезпечити своїм працівникам збалансоване життя та працює над створенням комфортного та здорового робочого середовища - роботодавець забезпечує широкими можливостями для професійного та особистісного розвитку, в тому числі через внутрішні програми навчання та стажування - банк залишає за собою право не співпрацювати з постачальниками, які порушують вимоги законодавства України та країн, в яких банк веде діяльність - банк дотримується принципу нейтральності щодо бізнесових груп, політичних партій і об'єднань, та здійснює свою діяльність в інтересах вкладників, клієнтів, кредиторів і акціонерів. <p>Компанія приділяє значну увагу як співробітникам, так і клієнтам.</p>
ТОВ «МЕТІНВЕСТ ХОЛДІНГ» [3]	<ul style="list-style-type: none"> - компанія Метінвест - це одна з найбільших металургійних компаній в Україні - група Метінвест увійшла до рейтингу ТОП-50 кращих роботодавців України за версією журналу «Форбс Україна» - безпека в пріоритеті: для того, щоб захистити співробітників і створити для них комфортні умови в новому форматі, сформували спеціальний оперативний штаб - підтримують високий рівень цифрових каналів комунікації: створили внутрішній портал, який об'єднує всі підприємства групи, і зручний мобільний додаток My Metinvest з корисною та актуальною інформацією. На підприємствах також розгортається мережа внутрішнього ТБ – монітори транслюють різноплановий відеоконтент. 2021 року ввели внутрішню корпоративну соціальну мережу Yammer для спілкування й обміну досвідом - індивідуальний соціальний пакет «Мій вибір» дозволяє кожному з понад 73 тис. співробітників компанії обрати набір бонусів із майже 40 опцій для себе та своєї сім'ї. <p>Компанія направляє найбільший відсоток своєї уваги на співробітників.</p>

Назва	Позитивні аспекти позиціонування компанії на ринку праці
ТОВ «ЕПІЦЕНТР К» [4, 5]	<ul style="list-style-type: none"> - мережа торговельних центрів «Епіцентр» є лідером ринку роздрібною торгівлі в Україні - за масштабами впливу компанію можна порівняти з гігантами американського ринку роздрібною торгівлі Walmart і Home Depot - співпраця з вітчизняним виробником перебуває на високому рівні: зараз ритейлер співпрацює з більш ніж 3 тис українських виробників, які постачають товари в торговельні центри компанії - ключовими завданнями в процесі розвитку роздрібною мережі є розширення клієнтських сервісів, запуск концептуальних магазинів у ТЦ, відкриття малоформатних об'єктів, технологічність та інноваційність процесів - компанія має розвинуту систему професійного зростання та навчання, яка надає можливості для розвитку кар'єри своїм працівникам. Програми підвищення кваліфікації та стажування дозволяють співробітникам розвиватися та отримувати нові навички - підприємство працює над забезпеченням безпеки та охорони здоров'я своїх працівників. Вони надають необхідне обладнання та засоби індивідуального захисту, а також регулярно проводять навчання та тренінги з охорони праці. <p>Незважаючи на непростий інвестиційний клімат у державі, компанія «Епіцентр К» продовжує активно розвивати бізнес в Україні.</p>

Успіх бренду роботодавця залежить від здатності пристосуватися до змін у суспільстві та в економіці, від розуміння потреб своїх працівників і здатності підтримувати їх інтереси, а також від створення сприятливої робочої атмосфери, яка допомагає залучати талановитих людей та зберігати їх у компанії.

Література

1. PrivatBank. URL: <https://privatbank.ua/>.
2. Метінвест. URL: <https://metinvest.media/ua/>.
3. Епіцентр К. URL: <https://epicentrk.ua/>.
4. Епіцентр Розвитку. URL: <https://www.epravda.com.ua/>.

Сюйва Є.І.

*«Соціальний менеджмент», І курс магістратури
Київський національний економічний університет
імені Вадима Гетьмана*

*Науковий керівник - доктор економічних наук, професор кафедри соціоeкономіки
та управління персоналом Лопушняк Г.С.*

РОЛЬ ІНСТРУМЕНТІВ НЕДЕРЖАВНОГО ПЕНСІЙНОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ В ПІСЛЯВОЄННОМУ ВІДНОВЛЕННІ В УКРАЇНІ

Повномасштабна російської агресії проти України сформувала не тільки нові загрози, але й нові виклики перед Українською державою. Поствоєнне відновлення звільнених територій та країни потребуватиме не тільки значних фінансових ресурсів, а й суспільної єдності/соціальної згуртованості та забезпечення обґрунтованого соціально-економічного розвитку, які є невід'ємною частиною соціальних змін та згуртованості. Водночас велика кількість постраждалих від воєнної агресії РФ і демобілізованих воєнних потребуватиме соціальної підтримки та соціального захисту.

Документ Ради Європи, визначає соціальну згуртованість як спроможність суспільства забезпечувати добробут усіх своїх членів, мінімізуючи диспропорції та уникаючи маргіналізації. Згуртоване суспільство — це спільнота вільних людей, які здатні до взаємної підтримки та досягають спільних цілей демократичними засобами [9]. Отже, соціальний захист можна розглядати як один з компонентів соціальної згуртованості.

Соціальний захист або соціальне забезпечення зазвичай визначається як певна система суспільно-економічних відносин, що спрямовані на матеріальне забезпечення особи, що пов'язане з убезпеченням від соціальних ризиків (таких як, хвороби, настання інвалідності, досягнення певного віку та ін). У макроекономіці соціальний захист розглядається як система управління соціальними ризиками з метою компенсації шкоди, їх зниження або запобігання їх настання.

Право громадян України на соціальний захист громадянина України закріплено в Конституції України (Ст. 46), «...що включає право на забезпечення їх у разі повної, часткової або тимчасової втрати працездатності, втрати годувальника, безробіття з незалежних від них обставин, а також у старості та в інших випадках, передбачених законом» [1].

У світі на сьогодні існує чотири основні моделі соціального забезпечення: чотири основні моделі: континентальна (бісмарківська), англосаксонська (модель Беверіджа), скандинавська і південно-європейська. Всі вони мають свої позитивні і негативні сторони. Але якою б не була обрана модель, основними функціями соціального захисту залишаються реабілітаційна (покликана пом'якшувати наслідки бідності та інших негативних соціальних явищ) та превентивна (запобігання виникнення негативних соціальних явищ). У пост-воєнному відновленні та забезпеченні соціальної згуртованості в Україні ці функції є вкрай важливими.

Як зазначають І.В. Форкун, І.О.Шматова [6, с. 458], «одним із найважливіших напрямів соціального страхування є пенсійне страхування, яке відіграє вагомий роль у підтримці непрацездатного населення», а проблема реформування пенсійної системи «...є однією з найгостріших на сьогодні в Україні». Таким чином ще з 1 січня 2004 року, коли вступив в силу Закон України «Про загальнообов'язкове державне пенсійне страхування», в Україні визначена структура системи пенсійного забезпечення в Україні, що складається з трьох рівнів: перший рівень — солідарна система загальнообов'язкового державного пенсійного страхування; другий рівень — накопичувальна система загальнообов'язкового державного пенсійного страхування; третій рівень — система недержавного пенсійного забезпечення, що базується на засадах добровільної участі громадян, роботодавців та їх об'єднань у формуванні пенсійних накопичень з метою отримання громадянами пенсійних виплат. Говорячи про трирівневу систему варто зауважити, про існування як державного (перший рівень) так і недержавного пенсійного забезпечення (третій рівень). Гравці недержавного пенсійного забезпечення фактично є банківськими та небанківськими надавачами фінансових послуг, що в свою чергу формують фінансовий ринок України, який відіграє провідну роль у забезпеченні потоку фінансових ресурсів у пост-воєнному відновленні. В. Толуб'як у своїй роботі [5, с. 70] зауважує, що «загальноприйнятою світовою практикою є фінансування економіки за рахунок інвестиційних ресурсів пенсійних фондів». На сьогодні у науковій літературі ведеться багато дискусій щодо ролі недержавного пенсійного забезпечення у забезпеченні економічного зростання, що є вкрай важливим для пост-воєнного відновлення країни. Так, в [7; 8] автори наголошують, що як показує досвід країн ОЕСР, більші пенсійні заощадження призводять до поглиблення ринків капіталу, а отже, можна очікувати, що в довгостроковій перспективі це матиме позитивний вплив на економічне зростання, зокрема для підприємств, які залежать від зовнішнього фінансування. Таким чином, слабкість недержавних пенсійних фондів «не дає змоги повною мірою мобілізувати й акумулювати заощадження суб'єктів господарювання і домогосподарств, які є внутрішнім джерелом довгострокового інвестиційного капіталу, та залучити їх до інвестиційного процесу» [5, с. 70].

Підсумовуючи наведене, важко переоцінити результативного та ефективного функціонування фінансових посередників, що надають недержавний пенсійний захист, як з позиції со-

ціального захисту населення (ветерани війни, постраждалі від воєнних дій, люди з обмеженими можливостями та ін.), так і з економічної точки зору — фінансові установи, що представлені на третьому (недержавному) рівні пенсійного забезпечення є важливими гравцями фінансового ринку та великими інституційними інвесторами з можливостями середньо- та довгострокового інвестування, в якому зацікавлені не тільки роботодавці та працівники [2], а й інші сектори економіки.

З тим, вважаємо за доцільне окреслити декілька напрямків, що, на наш погляд, потребували б подальших ґрунтовних досліджень, а саме: роль та методи державного регулювання діяльності небанківських фінансових установ, перспективи розвитку недержавного пенсійного забезпечення в Україні в контексті зростаючих фінансових потреб пост-воєнного відновлення тощо.

Література

1. Конституція України. URL: <https://is.gd/yelDpx>.
2. Коваль О.П. (2011) Мотивація участі роботодавців та робітників у системі недержавного пенсійного забезпечення. URL: <https://is.gd/0zr2pP>.
3. Приймак І.І., ВишиванаБ.М. Недержавне пенсійне забезпечення в системі соціального захисту населення України. URL: <file:///C:/Users/HP/Downloads/1250-2463-1-SM.pdf>.
4. Статівка Н.В., Вечирко Н.В. Концептуальні підходи до державного регулювання системи недержавного пенсійного забезпечення в Україні. URL: http://pa.stateandregions.zp.ua/archive/1_2009/37.pdf.
5. Толуб'як В.С. Формування системи недержавного пенсійного забезпечення та розвиток фінансового ринку в Україні. URL: http://www.investplan.com.ua/pdf/11_2011/19.pdf.
6. Форкун І.В., Шматова О.І. Пенсійне забезпечення громадян в системі соціального захисту населення України. URL: <https://eprints.oa.edu.ua/6473/1/55.pdf>.
7. Bijlsma Michiel, Johannes Bonekamp, Casper van Ewijk, Ferry Haaijen. Funded Pensions and Economic Growth URL: file:///C:/Users/HP/Downloads/Funded_Pensions_and_Economic_Growth.pdf.
8. Luksyte A. Pension Funds' Assets and Economic Growth. URL: <file:///C:/Users/HP/Downloads/Luksyte-A.-367779-.pdf>.
9. OECD Development Centre. Perspectives on Global Development 2012: Social Cohesion in a Shifting World. *OECD Publishing*, 2011. pp. 53-58. URL: http://dx.doi.org/10.1787/persp_glob_dev-2012-en.

Табідзе Я.К., Кисіль К.О., Черніков А.Д.

«Менеджмент персоналу», 3 курс

*Київський національний економічний університет
імені Вадима Гетьмана*

*Науковий керівник — к.е.н., доцент кафедри соціоекономіки та управління персоналом
Кравчук О.І.*

ЕФЕКТИВНЕ УПРАВЛІННЯ ПЕРСОНАЛОМ: РОЛЬ HRM-СИСТЕМ ТА ОСОБЛИВОСТІ ЇХ ВИКОРИСТАННЯ НА ПРИКЛАДІ SAP SUCCESSFACTORS

Тенденції розвитку програмного забезпечення для управління персоналом і галузевих розробок, поширення дистанційної роботи ставлять нові вимоги до реалізації процесів рекрутингу, оцінювання, навчання, залучення тощо та їх реалізації в цифровому середовищі. Згідно останніх досліджень [1; 2; 3] за сприяння систем HRM фахівці з управління персоналом, менеджери чи власники бізнесу мають бути готові добирати, утримувати, залучати працівників і забезпечувати зростання організацій. HRM-системи — це програмні засоби, які вико-

ристовуються компаніями та організаціями для автоматизації та управління процесами менеджменту персоналу. Вони зазвичай включають різноманітні функції, такі як добір та наймання нових працівників, управління профілем працівників, ведення кадрових досьє, формування звітності, розроблення та виконання навчальних програм, здійснення оплати праці, управління продуктивністю персоналу тощо.

Використання HRM-систем ефективно в різних типах організацій, від малих підприємств до великих корпорацій. Вони дозволяють компаніям ефективно управляти своїм персоналом, знизити ризики та витрати, пов'язані з управлінням персоналом, підвищити ефективність та результативність бізнесу. Особливості HRM-систем передбачають локальне розгортання на серверах організації, так і хмарне розгортання через хмарні технології для доступу до системи з будь-якого місця та з будь-якого пристрою з підключенням до Інтернету. Деякі HRM-системи можуть бути інтегровані з іншими системами управління бізнес-процесами, щоб забезпечити повну автоматизацію бізнес-процесів, пов'язаних з управлінням персоналом.

SAP SuccessFactors — це інтегрована хмарна HRM-система, що надає компаніям можливість керувати різними аспектами роботи з персоналом, включаючи відбір, навчання, розробку, управління талантами, зарплатні розрахунки та аналіз даних про працівників. Використання SAP SuccessFactors може допомогти компанії покращити ефективність роботи служби персоналу, зокрема, спростити та автоматизувати багато процесів, що дозволяє зосередитись на більш важливих завданнях. Також, система дозволяє покращити розвиток та навчання персоналу, які є важливими елементами управління талантами. Зокрема, SuccessFactors містить функції для створення індивідуальних кар'єрних планів, а також надає можливість прослідкувати прогрес навчання працівників та оцінювати їх знання та навички. Також, система дозволяє оцінювати персонал, в тому числі за допомогою 360-градусних оглядів, аналізувати дані про працівників та покращувати рівень кваліфікації усіх працівників. Крім того, SuccessFactors надає можливість ефективно проводити адаптацію нових працівників та їх інтеграцію в компанію.

Вартість використання SAP SuccessFactors залежить від обсягу функцій, що будуть використовуватись, а також від кількості користувачів. Однак, система є досить складною та може потребувати великих інвестицій у розгортання та налагодження. Тим не менше, за рахунок автоматизації та оптимізації процесів, SAP SuccessFactors може зекономити час.

Розвиток і навчання персоналу, покращення рівня кваліфікації усіх працівників: SAP SuccessFactors пропонує різні інструменти для розвитку і навчання персоналу, що дозволяє підвищувати рівень кваліфікації працівників і розширювати їхні знання та навички. Основні можливості включають:

1) навчальні курси та програми: SuccessFactors містить широкий вибір навчальних курсів, які охоплюють різні теми, включаючи курси з керівництва, управління проектами, комунікаційні навички, технічні знання та інші;

2) система управління навчанням: SuccessFactors дозволяє керівникам і HR-фахівцям створювати і керувати навчальними програмами, назначати курси та відстежувати прогрес працівників;

3) внутрішні бібліотеки знань: SuccessFactors дозволяє створювати та зберігати різноманітні матеріали для навчання, такі як відео, презентації, інструкції та інші. Це дозволяє працівникам швидко знайти необхідну інформацію та навчатись у вільний час;

4) моделі розвитку кар'єри: SuccessFactors дозволяє створювати і використовувати моделі розвитку кар'єри, які допомагають працівникам планувати своє кар'єрне зростання, визначати свої цілі та потреби в навчанні та розвитку;

Загалом, за допомогою SuccessFactors компанія може підвищити рівень кваліфікації працівників, розширити їхні знання та навички, що дозволить підвищити ефективність роботи та забезпечити кращі можливості для розвитку кар'єри.

Можливості оцінювання персоналу: SAP SuccessFactors надає різноманітні інструменти для оцінювання персоналу, що дозволяє більш ефективно визначати, які працівники відпові-

дають вимогам організації, а які потребують додаткового навчання та розвитку. До інструментів оцінювання персоналу входять:

1) цикл оцінювання: успішні компанії мають стратегію, яка передбачає процес оцінювання роботи працівників. SAP SuccessFactors надає інструмент, який допомагає підтримувати цикл оцінювання, включаючи створення планів оцінювання, проведення оцінювання та аналіз результатів;

2) керівництво та зворотний зв'язок: SAP SuccessFactors дозволяє керівникам здійснювати оцінювання працівників та надавати їм зворотний зв'язок в реальному часі; це дозволяє працівникам знати, як вони працюють, та отримувати поради щодо того, як можна покращити їх роботу;

3) аналіз результатів: SAP SuccessFactors надає можливість аналізувати результати оцінювання персоналу на основі показників ефективності роботи та інших параметрів; це дозволяє компанії визначити потенційні проблеми та приймати рішення щодо подальшого розвитку та навчання працівників.

Застосування SAP SuccessFactors у сфері оцінювання персоналу допомагає підвищити ефективність організації та підтримує розвиток та навчання працівників.

Ефективна адаптація нових працівників, їх інтеграція: SAP SuccessFactors допоможе вирішити питання ефективної адаптації нових працівників та їх інтеграції через декілька функцій та можливостей, серед яких:

1) онбординг персоналу: модуль Onboarding дозволяє автоматизувати процеси прийому на роботу нових працівників та забезпечити ефективну інтеграцію з командою; цей модуль дозволяє налаштувати індивідуальний план навчання для нового співробітника, щоб допомогти йому засвоїти нові знання та навички, які необхідні для роботи в організації;

2) менторство: SAP SuccessFactors також надає можливість забезпечити новим працівникам менторську підтримку; модуль Mentoring дозволяє новим працівникам знаходити та спілкуватися з досвідченими колегами, які можуть допомогти їм зрозуміти культуру компанії, навчитися краще взаємодіяти з командою та виконувати свої обов'язки.

3) управління навчанням персоналу: SAP SuccessFactors також має модуль Learning Management System (LMS), який дозволяє організувати та відстежувати процеси навчання та розвитку працівників; за допомогою LMS можна створювати та надавати доступ до навчальних матеріалів та курсів, а також стежити за прогресом працівників та оцінювати їхні досягнення.

У результаті застосування SAP SuccessFactors компанія може значно скоротити час, необхідний для адаптації нових працівників, забезпечити їх ефективну інтеграцію в колектив та забезпечити їх розвиток та навчання на постійній основі.

Актуальність програмного забезпечення і його технічної підтримки в Україні. SAP SuccessFactors має підтримку української мови. Крім того, програмне забезпечення підтримує більше 40 мов, що дозволяє компаніям з різних країн та регіонів користуватись ним на своїй рідній мові. У SAP SuccessFactors є технічна підтримка на українській мові; клієнти можуть звертатись до підтримки через телефон, електронну пошту або веб-форму для звернення. SAP також надає доступ до онлайн-ресурсів, таких як база знань, форуми та інші допоміжні матеріали, які допоможуть вирішити технічні проблеми.

Ціна на SAP SuccessFactors може залежати від різних факторів, таких як розмір компанії, кількість користувачів, функціональні можливості, термін контракту та інші. Тому точну ціну краще уточнювати у постачальника програмного забезпечення або партнера SAP. Проте, для компаній, які потребують базового функціоналу, SAP SuccessFactors має базовий тарифний план «SAP SuccessFactors Professional Edition». Вартість цього тарифу починається з \$84 на користувача на рік. Цей план включає такі функції, як керування кандидатами, електронні форми та заявки, менеджмент працівників та навчання. Якщо компанія потребує розширеного функціоналу, то можна розглянути інші тарифні плани. Наприклад, тарифний план «SAP SuccessFactors Learning» для покращення навчального процесу має вартість \$2,17 на корис-

тувача на місяць. А тарифний план «SAP SuccessFactors Performance & Goals» для покращення оцінювання та керування продуктивністю має вартість від \$4,17 на користувача на місяць. Для того, щоб отримати точну ціну на використання SAP SuccessFactors, ви повинні звернутися до представників SAP або їхніх партнерів, які зможуть прорахувати ціну для вашої компанії.

Отже, вибір тарифного плану буде залежати від потреб компанії та її фінансових можливостей, але SAP SuccessFactors надає можливість вибрати план, який найкраще відповідає потребам та бюджету компанії.

Література

1. Бей Г.В., Серета Г.В. Трансформація HR-технологій під впливом цифровізації бізнес-процесів. *Економіка і організація управління*. 2019. № 2. С. 93–101. URL: <https://doi.org/10.31558/2307-2318.2019.2.10>.

2. Варіс І.О., Кравчук О.І., Паращук Є.Ю. Цифровізація бізнес-процесів менеджменту персоналу: Можливості HRM-систем. *Галицький економічний вісник*. 2022. Т. 74, № 1. С. 90—102. URL: https://doi.org/10.33108/galicianvisnyk_tntu2022.01.090.

3. Коваленко А.В. Цифрові інструменти адаптації персоналу за гібридного формату зайнятості. *Вісник студентського наукового товариства ДонНУ імені Василя Стуса*. 2021. Т. 2, № 13. С. 227–230. URL: <https://jvestnik-sss.donnu.edu.ua/article/view/11279>.

Шуляк К.В.

*«Менеджмент соціальної сфери», 3 курс
Київський національний економічний університет
імені Вадима Гетьмана*

Науковий керівник — к.е.н, доцент кафедри соціоекономіки та управління персоналом- Варіс І.О

ПСИХОЛОГІЧНІ ІНСТРУМЕНТИ УПРАВЛІННЯ ПЕРСОНАЛОМ

Психологію та управління персоналом об'єднує одна спільна річ — люди. Ось чому більшість посад у відділі кадрів вимагають досвіду психології, оскільки це приносить користь для більшості бізнес-процесів управління персоналом. Серед різноманітних напрямів сучасності немає такого, як людські ресурси, який міг би повністю використовувати психологію для промислових та організаційних цілей. Щоб найняти потрібних людей, фахівець повинен мати відповідні інструменти. І тут на допомогу приходять психологія, оскільки вона може надати різні методи оцінювання, такі як особистісні тести, поведінкові інтерв'ю та багато іншого.

Відомо, що для ефективного функціонування будь-якого якого підприємства необхідний наявний професіоналізм у працівників, який певним чином залежить від їх контролю та управління. Одним з найефективніших способів є використання різних психологічних інструментів в управлінні персоналом, що є завжди актуальним, оскільки керівники все частіше розуміють важливість соціально-психологічного середовища та аспектів, які можуть впливати на працівників. Тому, активно використовують великий арсенал різних психологічних інструментів, які спрямовані на управління персоналом. Одним із таких інструментів можна виокремити саме використання психологічних тестів, які по суті є об'єктивним і стандартизованим вимірюванням зразка поведінки, з якого можна зробити висновки щодо майбутньої поведінки та продуктивності працівника.

Хоча особиста співбесіда є найпоширенішим методом відбору працівників, вона має свої обмеження. Через це їй допомагають тести. Психологічні тести як методика відбору персоналу мають певні переваги перед іншими методами.

Психологічні тести — це дуже ретельно розроблені інструменти, які дотримуються певних високостандартизованих і часто складних процедур, відкритих психологами в результаті тривалих досліджень. Вони широко використовуються на роботі, щоб отримати різну інформацію про людину.

Психологічні тести зазвичай мають такі характеристики:

Припущення. Цілком визнається, що люди відрізняються за здатністю отримувати конкретні навички та знання, які необхідні для певної роботи та іншої діяльності. Використання тестів базується на припущенні, що немає двох рівних людей щодо інтелекту, навичок тощо. Люди, які володіють різними навичками чи іншими якостями, по-різному виконують роботу. За допомогою тестів виявляються різні властивості людини. Припущення, що лежить в основі всіх тестів, полягає в тому, що те, як кандидат поводить себе або реагує під час тесту, ймовірно, є неприйняттям нормальних реакцій і здібностей людини.

Стандартизація. Стосується узгодженості процедур і умов, за яких люди проходять тест.

Об'єктивність. Передбачає точне та послідовне оцінювання тесту, неупереджене до особистих характеристик автора. Усі тести повинні мати один або декілька наборів тестових норм. Тест може досягти високого рівня об'єктивності, якщо відповідь на кожне з його різноманітних запитань є чіткою та точною.

Надійність. Стосується узгодженості відповідей в тесті. Якщо тест має високу надійність, кандидат, який тестується вдруге або втретє за тим самим тестом, за тих самих умов, отримає приблизно той самий бал. Узгодженість тесту дуже важлива.

Відповідність. Стосується того, наскільки добре тест відповідає меті оцінювання. Тести, які використовуються при прийомі на роботу, повинні володіти ознакою валідності. Конкретний тест може бути дійсним для однієї цілі та недійсним для іншої.

Корисність. Пов'язано з тим, якою мірою конкретний тест можна легко використовувати. Для цього важливо, щоб запитання були простими, зрозумілими, не забирали багато часу, зрозуміла інтерпретація результатів, невеликі витрати.

На практиці налічують чотири типи психологічних тестів, які використовуються при відборі персоналу: тести загальних здібностей, тести здібностей і досягнень, тести особистості та тести інтересів [1].

Тести на загальні здібності. Вони відрізняються за своєю складністю та функціями. Найкращим прикладом складного та комплексного тесту інтелекту є шкала інтелекту дорослих Векслера (WAIS). Цей тест повинен проводити та інтерпретувати кваліфікований психолог, і він дає традиційний коефіцієнт інтелекту (IQ). Це дуже детальний тест, на якому базується багато коротших тестів. WAIS зазвичай призначається виконавчому та управлінському персоналу, щоб оцінити певні стилі та якості інтелектуального функціонування. Фахівці не рекомендують його використовувати як абсолютний критерій при прийнятті на роботу чи просуванні особи.

Тест на здібності та досягнення. Зазвичай їх часто важко відрізнити. Спосіб використання тесту часто вказує на те, чи є він показником здібностей, чи досягнень. Теоретично тест на здібності вимірює здатність виконувати певний вид завдань і використовується для прогнозування майбутніх результатів на роботі, чи під час навчання. Тест досягнень є мірою поточного функціонування та використовується для визначення того, якою мірою дана риса була засвоєна або опанована під час навчання або досвіду роботи.

Особистісні тести. Особистісні тести вимірюють такі абстрактні поняття, як агресивність, незалежність, підтримка, пасивність тощо. Але особистісні тести викликають більше суперечок, ніж будь-які інші, тому що тестування особистості є найскладнішим напрямком психологічного тестування. Навіть найкращі особистісні тести часто критикують за відсутність технічної підтримки, і з цієї причини дуже важливо ретельно перевіряти використання

цих тестів, і мати фахівця для їх проведення та інтерпретації. Особистісні тести, а також тести інтелекту не повинні використовуватися як єдиний захід для відбору чи просування по службі. Їх слід використовувати як діагностичні інструменти, щоб допомогти сформувати психологічний портрет людини в цілому.

Тести інтересу. Рідко використовуються для прогнозування ефективності роботи. Натомість вони є переліком симпатій і антипатій людини та зазвичай використовуються для професійної орієнтації. Найвідомішими та найширше використовуваними тестами інтересу є Бланк професійного інтересу Стронга-Компбелла та Рекорд переваг Кудера. Ці тести показують, як інтереси працівника співвідносяться з інтересами інших у різних професійних групах. Припускається, що працівник буде задоволеніший, працюючи серед тих, хто має однакові симпатії та антипатії.

Психологічні тести як інструмент для відбору персоналу мають певні як переваги так і недоліки. Однією з основних переваг є те, що такого виду тест є об'єктивним та стандартизованим зразком поведінки, який добре піддається статистичній оцінці. Звичайно, як показує практика, легше визначити цінність тесту, ніж оцінювати інші засоби відбору, такі як співбесіди, рекомендаційні листи тощо. Іншою перевагою може бути і те, що психологічні тести є корисними для відбору кандидатів зі здібностями до просування, виявлення причин невдач на роботі на основі особистісних рис та навіть визначення схильності до нещасних випадків. І саме ця перевага може відноситись до основних через те, що зображення таких можливостей за допомогою тестів є відсутніми при використанні інших методів відбору. Так само як і виявлення талантів та потенціалу, що також не завжди можуть виявлятися з використанням інших методів відбору. Звичайно при використанні методів відбору та управлінні керівники звертають увагу на витрати та час, що будуть використані на відбір працівників та інші процеси, і тому, проведення психологічних тестів не несе за собою занадто високих витрат та довготривалої процедури, що приваблює керівників використовувати саме такі методи при відборі, тим більше за такий результат та отримані дані для подальшого опрацювання саме за допомогою тестування. Психологічні тести також використовуються в рішеннях щодо розміщення, просування по службі, переведення, консультування та навчання працівників.

Говорячи про недоліки психологічних тестів, перш за все необхідно зауважити та надалі розуміти, що незважаючи на таку кількість плюсів та всієї користі і можливостей, що вони приносять, психологічні тести не можуть бути безпомилковими та мати 100 % гарантію в отриманих результатах. Також одним із цікавих спостережень, що також можна віднести до недоліків саме психологічних тестів, є те, що останніми роками керівники компаній стали критичніше ставитися до такого роду тестів, і існують певні етичні проблеми, пов'язані з їх використанням як засобів відбору, аргументувавши це певним втручанням в приватне життя та конфіденційність тестових запитань і відповідей. Іншими недоліками практики вважають те, що тести є ненадійними, тому що їх легко «підробити», вони порушують приватне життя особи, яка тестується, є несправедливими до культурно обмежених груп.

Отже, кожен керівник та компанія загалом повинні враховувати та зважувати всі переваги та недоліки, які можуть вплинути на процес відбору персоналу та в результаті обрати найкращий варіант. Тому, слід уважно звертати увагу та ознайомлюватись з кожним методом відбору персоналу, щоб мати ефективні результати діяльності надалі.

Література

1. Psychological Tests used in Employee Selection: Meaning, Definition, Characteristics. *Essays, Research Papers and Articles on Business Management*. URL: <https://www.businessmanagementideas.com/employee-management/employee-selection/psychological-tests-used-in-employee-selection/20648>.

Яковук Р.С.

*«Менеджмент соціальної сфери», 3 курс
Київський національний економічний університет
імені Вадима Гетьмана
Науковий керівник — к.е.н., доцент кафедри управління персоналом та економіки праці
Кирилюк В.В.*

ПРІОРИТЕТНІ НАПРЯМИ РОЗВИТКУ СОЦІАЛЬНОЇ СФЕРИ В ПЕРІОД ВІДНОВЛЕННЯ УКРАЇНИ

На сьогоднішній день відбуваються стрімкі глобальні зрушення в усіх сферах людської життєдіяльності. Не стала винятком і соціальна сфера, яка чи не найбільше залежить від глобальних умов впливу. Спочатку карантинні обмеження, а в подальшому і повномасштабне вторгнення росії в Україну суттєво змінило підходи до розуміння важливості соціальної сфери. В таких умовах окремі аспекти соціальних проблем лише посилились, виникли нові соціальні проблеми пов'язані із руйнуванням соціальної інфраструктури, житла, переміщенням людей і в цілому проблеми, що стосуються безпеки людського життя і здоров'я.

Україна, як правова, соціальна держава, ратифікувала чимало міжнародних нормативно-правових актів, що спрямовані на поліпшення соціальної сфери та стану соціального забезпечення українських громадян. Передусім наголосимо, що навіть після визнання стратегічним пріоритетом орієнтацію на європейську модель український законодавець неодноразово використовував (мабуть, за звичкою) властиві для радянських часів пільги, які частіше за все напередодні чергових виборів впроваджувалися чи пропонувалися для нових категорій громадян. Як наслідок, держава, не маючи необхідних ресурсів, брала на себе додаткові зобов'язання у сфері соціального захисту і соціального забезпечення, що не мало жодного соціального чи економічного ефекту, крім встановлення привілеїв для представників певних професій або окремих соціальних груп. Звісно, так не може відбуватися, це неприпустимо. Крім того, чинне на сьогодні законодавство у сфері соціального захисту та соціального забезпечення, по-перше, складається з прийнятих у різний час і нерідко доволі суперечливих законодавчих актів, по-друге, встановлює значно більше різноманітних видів пільг, соціальних виплат і соціальних послуг, аніж це передбачено Конституцією чи міжнародно-правовими зобов'язаннями України [1].

Зважаючи на зазначене, Україна, яка визнає міжнародні стандарти у соціальній сфері, має вживати достатньо заходів для їх практичної реалізації. Необхідно запроваджувати ефективніші та економічно обґрунтованіші форми і види соціального захисту, які супроводжуються розвитком мережі закладів соціального обслуговування на рівні громад, що більше відповідає європейській моделі та міжнародним стандартам. Необхідно ліквідувати всі «зони втрат» у соціальному секторі. Потрібно здійснити моніторинг системи пільг, соціальних і компенсаційних виплат, отримувачів пільг для визначення обсягу необхідних бюджетних засобів на фінансування системи пільг і відмову від надання пільг тим категоріям (та особам зокрема), які безпідставно в них включені. Ресурси повинні направлятися тим, хто їх дійсно потребує, а не людям, які можуть легко без них прожити [2].

Пріоритетними напрямками розвитку соціальної сфери в післявоєнний період відновлення повинні стати:

- розвиток та відновлення української культурно-історичної спадщини;
- підтримка розвитку української мови на усіх рівнях, популяризація української мови в Україні та світі;
- постійна підтримка (реабілітація, соціальне забезпечення) ветеранів війни та військово-службовців, формування якісної армії на контрактній основі;
- подолання корупції;

- відокремлення бізнесу від політики. Бізнесмен повинен заробляти без впливу політики, а політик має забезпечувати високі стандарти для всіх верств населення, при цьому виконувати свою роботу без власних інтересів зі сторони бізнесу;

- формувати середній клас, надавати вигідні кредити населенню для відкриття чи розширення власного бізнесу;

- провести реформу оподаткування для різних груп суспільства залежно від величини доходу.

Розвиток соціальної сфери не вичерпується зазначеним переліком. Основою для подальшого формування громадянського суспільства як базису розвитку, в тому числі і соціальної сфери, виступає тісна співпраця між державою, бізнесом, громадськими організаціями та соціальними інститутами. Таким чином, можна стверджувати що післявоєнний розвиток соціальної сфери потребуватиме абсолютно нового підходу, в центрі якого людина-громадянин з її потребами та соціальною безпекою.

Література

1. Капітан О.І., Нестеренко А.О. Вплив євроінтеграційних процесів на розвиток соціальної сфери України. URL: <https://nzlubp.org.ua/index.php/journal/article/view/455>.

2. Диха М.В. Соціальна сфера України в контексті забезпечення соціальної безпеки. URL: <http://elar.khmnpu.edu.ua/jsrui/handle/123456789/9068>.

3. Колот А. Діалектика економічного та соціального розвитку як предмет наукових досліджень. Україна: аспекти праці. 2011. № 5. С. 3–8

КАФЕДРА СОЦІОЛОГІЇ

ПЛАТФОРМА
СОЦІАЛЬНО-ІНФОРМАЦІЙНІ ДЕТЕРМІНАНТИ
ПІСЛЯВОЄННОГО ВІДНОВЛЕННЯ ТА РОЗВИТКУ УКРАЇНИ

Секція 1. Рушійні сили та суб'єкти суспільного розвитку: індивід, соціальна група, соціальна спільнота, соціальні інститути

Onishchuk I.I.

«Software Engineering», second-year student, KNEU Kyiv College of Information Systems and Technologies

Scientific supervisor — PhD in Sociology, Assoc. Prof. of Sociology Department Artemenko S.B.

INTERNATIONAL STUDENT SOCIETIES AS A MEANS OF DEVELOPING STUDENTS' LEADERSHIP POTENTIAL

In our increasingly interconnected and globalized world, the importance of international student societies in universities has grown. To fully grasp their significance, it is necessary to explore how international student societies contribute to developing students' leadership potential, what they are, the benefits of participating in them, and their role in fostering cross-cultural understanding. By studying these aspects, researchers can gain a better understanding of the profound impact and essential role that international student societies play in education, promoting a globalized and inclusive environment that supports personal growth, intercultural competence, and academic success.

International student societies are dynamic organizations that operate within university settings, with the distinct purpose of fostering a sense of community among students hailing from diverse countries and cultures [1]. By organizing such initiatives, international student societies seek to establish an environment that is not only accommodating but also encourages the seamless integration of international students into the broader university community. These societies recognize the unique challenges faced by international students, ranging from language barriers to cultural adjustments, and strive to address these issues by providing support, resources, and opportunities for social and academic integration. Through their multifaceted endeavors, international student societies serve as invaluable platforms that foster cross-cultural understanding, promote global citizenship, and enable students to forge meaningful connections that transcend geographical boundaries.

Participating in international student societies offers numerous personal and professional benefits. Firstly, it provides students with valuable leadership development opportunities. Taking on roles and responsibilities within these societies allows students to enhance their leadership skills, such as effective communication, team management, and decision-making. This hands-on experience not only builds confidence but also equips students with practical skills that are highly valued by employers in various fields [2].

Secondly, engagement in international student societies contributes to the development of cultural competence [3]. Through interactions with peers from diverse cultural backgrounds, students gain a deeper understanding of different norms, practices, and perspectives. This fosters empathy, tolerance, and a global mindset, crucial qualities in our interconnected world. By actively participating in cultural exchange activities and engaging in discussions about diverse topics, students broaden their cultural horizons and learn to appreciate the richness of global diversity.

Furthermore, international student societies create networking and career development prospects [4]. These organizations often host events and workshops featuring guest speakers from various in-

dustries. Attending such gatherings exposes students to industry insights, trends, and potential professional connections. Additionally, networking within these societies enables students to connect with like-minded individuals, professionals, and alumni who can provide mentorship and valuable contacts.

AIESEC, Erasmus Student Network (ESN), and International Student Association (ISA) are international student societies known for their significant contributions to developing students' leadership potential. AIESEC offers global internship opportunities and leadership development programs that empower students to gain practical experience and develop essential skills for leadership roles. Through cross-cultural interactions and project management experiences, AIESEC fosters skills such as communication, adaptability, and teamwork, preparing students for leadership positions in diverse settings. Similarly, ESN focuses on supporting international students during their study abroad journeys, providing opportunities for personal growth and leadership development. ISA, as an international student society, creates a platform for cultural exchange and networking among international and domestic students. These international student societies play a pivotal role in nurturing students' leadership potential, offering them practical experiences and a supportive environment to develop essential skills for future leadership roles in an increasingly interconnected world.

In conclusion, international student societies offer a plethora of personal and professional advantages, encompassing the development of leadership skills, cultural competence, and networking opportunities. By providing a platform for cultural exchange and breaking down barriers between students from different backgrounds, international student societies foster a sense of community and belonging, particularly for international students who may experience feelings of isolation. Recognizing the immense value and impact of international student societies, universities should continue to support and promote these organizations, acknowledging their significant role in developing students' leadership potential and fostering intercultural dialogue. By doing so, universities can create inclusive and vibrant campus environments that empower students to thrive in a globally interconnected world.

Literature

1. Ho S. International Dimensions in Teaching and Learning / S. Ho, M. Klemenčič, B. Edgar // Internationalization and the Academic Profession / S. Ho, M. Klemenčič, B. Edgar., 2023. — С. 13–36.
2. Lawley M. Improving the International Student Experience: The Role of Community Engagement / M. Lawley, J. Matthews, D. Fleischman // The 2009 Australian and New Zealand Marketing Academy Conference / M. Lawley, J. Matthews, D. Fleischman.. — С. 1–8.
3. Akanwa E. International Students in Western Developed Countries: History, Challenges, and Prospects / Emmanuel Akanwa // Journal of International Students / Emmanuel Akanwa., 2015. — С. 271–284.
4. Kaya J. Inside the International Student World: Challenges, Opportunities, and Imagined Communities / Jean Kaya // Journal of International Students / Jean Kaya., 2020. — С. 2166–3750.

Байбарза М.

«Соціологія» 4 курс

Київський національний економічний університет

імені Вадима Гетьмана

Науковий керівник — к.соц.н., доцент кафедри соціології Галустьян Ю.М.

СУЧАСНІ ТЕНДЕНЦІ РОЗВИТКУ СІМ'Ї В УКРАЇНІ

За останнє десятиліття українські сім'ї пережили багато потрясінь. Анексія Криму, вторгнення російських військ на Донбас, революція 2014 року, криза, пандемія та повномасштабна війна.

Економічні, соціальні та політичні чинники кидають виклик українським родинам. Станом на 2020 рік за даними Державної служби України 8,8 млн українців (23.2 %) отримували

менше прожиткового мінімуму, що на 2020 рік становив 3847 гривень. Війна ще більше погіршила ситуацію. Боротьба за виживання та постійна нестача грошей збільшують напругу у сімейних відносинах.

Внутрішнє переміщення чи виїзд за кордон через війну можуть провокувати стрес у пари через нові обставини та вимушеність вибудовувати своє життя з 0. Виїзд за кордон у більшості випадків означає, що сім'я розлучається. Довге розлучення накладає відбиток на відносини, а іноді стає їх кінцем.

«На цей момент офіційні дані щодо статистики розлучень станом на 2022 рік відсутні. Але з практики можу сказати, що кількість запитів на розлучення зросла майже у два рази порівняно з довоєнним часом», — розповідає РБК-Україна адвокат і старший юрист Адвокатського об'єднання «Ехратрго» Катерина Затулко.

Судячи зі звернень, адвокат поділила б подружжя, які бажають розлучитися, на декілька категорій:

- подружжя, які після шлюбу перший раз зіткнулися з важкою ситуацією (війна), і побачили одне одного в іншому світлі;
- пари, які внаслідок війни були змушені роз'їхатися по різних регіонах чи країнах та зрозуміли, що вони в принципі не потрібні одне одному та почувають себе щасливими без другої половинки;
- подружжя, в яких дружина змушена була поїхати за кордон з дітьми, а у чоловіка з'явилася в Україні коханка, або навпаки;
- ті, хто вже давно планували розлучитися, але постійно відкладали цей важкий крок.

З іншого боку, війна стала об'єднуючим фактором для багатьох родин. За перші півроку 2022 року, кількість зареєстрованих шлюбів в Україні становить 103 903, що є рекордною кількістю за останні сім років та на 21 % більше, ніж за той самий період у 2021-му. Зараз шлюб можна зареєструвати у той самий день, і без присутності обох партнерів. Також до Президента була подана петиція про легалізацію одностатевих шлюбів.

У зв'язку зі стрімкими змінами у країні, а також у цілому світі, поширенням соціальних мереж і ліберальних поглядів на різноманітні сімейні уклади, я вирішила провести дослідження на тему сімейних тенденцій серед української молоді.

У дослідженні взяло участь 71 респондент, з них 91,5 % жінок і 8,5 % чоловіків віком 18–35 років.

64,8 % респондентів оцінили важливість збудування сім'ї для них на 5, а 16,9 % на 4. Тобто, сім'я є важливою та актуальною сферою для молоді. 42 % респондентів мріє про дітей у майбутньому, 29,6 % зараз не хочуть, але припускають що це може змінитися з часом і 22 % опитаних вже мали дітей. Отже, народження дітей є бажаною подією для молоді.

Війна дуже вплинула на бажання українців проживати та створювати сім'ю в Україні. 35,2 % опитаних схиляються до того, щоб переїжджати за кордон, а 15,5 % взагалі не бачать свого майбутнього в Україні. Тільки 21 % респондентів чітко вказали, що бажають проживати та створювати сім'ю в Україні. Саме наймолодша аудиторія віком 18–23 роки хоче будувати сім'ю в Україні, таку відповідь обрало 38 % респондентів. Для порівняння, з тих кому 30–35 років таку відповідь не обрав ніхто. Більш старша аудиторія 24–29 років та 30–35 років схиляється до проживання за кордоном. 27,8 % та 21 % відповідно взагалі не бачать свого майбутнього в Україні.

Медіа, як не дивно, грає позитивну або нейтральну роль у зміні поглядів молоді на сім'ю. Майже 40 % респондентів відмітило, що завдяки медіа стали адекватно сприймати різноманітні сімейні уклади.

Також у мене було відкрите питання, де респонденти описували як вони бачать своє сімейне майбутнє: у скільки років хочуть одружитися та народити дітей, де проживати, якщо вже є сім'я, то як вони бачать її розвиток.

Дуже багато респондентів відмітило, що спочатку вони хочуть стати фінансово незалежними разом із партнером, щоб бути у змозі забезпечувати дитину. Також у багатьох відповідях відмічалася стабільна військова ситуація. Хтось написав, що буде народжувати дітей тільки

там, де «немає війни та потенційно ніколи не зможе бути». Більшість респондентів відмічають, що хотіли би одружитися після 25–27 років, дітей або у тому ж віці, або пізніше.

Загалом, можна сказати, що молодь відповідально ставиться до створення сім'ї. Вона готова зачекати допоки стане фінансово незалежною, та вважає оптимальним віком для одруження та народження дітей після 25 років. Вона готова працювати над стосунками, розвиває емпатію до різноманітних сімейних укладів, але попри модні тенденції, бачить себе батьками. Тим не менш, молоді люди не готові жертвувати своїм комфортом заради дітей та зберігати сім'ю, якщо бачать, що шлюб не склався.

Література

1. Сім'я на дві країни. Чи стало в Україні більше розлучень під час війни. [Електронне джерело]. Режим доступу: <https://daily.rbc.ua/ukr/show/razorvannye-otnosheniya-stali-ukraintsy-chashche-1662039143.html>

2. Рекордну за сім років кількість шлюбів зареєстрували в Україні за пів року 2022 го. [Електронне джерело]. Режим доступу: <https://www.the-village.com.ua/village/city/city-news/330293-rekordnu-za-sim-rokiv-kilkist-shlyubiv-zareestruvali-v-ukrayini-za-piv-roku-2022-go>

Гранд О.

*студент 5 курсу факультету управління персоналом,
соціології та психології*

*Київський національний економічний університет
імені Вадима Гетьмана*

Науковий керівник — к.соц.н., доцент кафедри соціології Горбов В.В.

МІФОЛОГІЗАЦІЯ СОЦІАЛЬНО-ЕКОНОМІЧНИХ ПРОЦЕСІВ ЯК ПОКАЗНИК СТАНУ НЕСТАБІЛЬНОСТІ СУЧАСНОГО УКРАЇНСЬКОГО СУСПІЛЬСТВА

Сучасне українське суспільство знаходиться під значним тиском зовнішніх обставин, але на переважну кількість з них воно немає значного впливу. У такі часи дуже важливо досліджувати громадську думку, що усю історію людства піддавалась впливу міфологізації для пояснення різноманітних явищ, правил та норм суспільної моралі. Ігнорування цих процесів може закінчитись формуванням деструктивних соціальних інститутів, які починають конструюватись після значних соціальних стресів.

Варто зазначити, що міфологічне мислення у минулому було доволі популярним, але навіть зараз воно не втратило актуальність та залишається вагомим системою координат для пояснення навколишнього світу. В основі цього бачення знаходиться бажання пояснити явища певною послідовністю подій, але через нестачу інформації люди використовували фантазію для пояснення закономірності подій, яка їм здається найбільш правдивою чи відповідною [1, с. 386-387]. В рамках такої наукової ретроспективи можемо зазначити, що міфологізація пов'язана з бажанням пояснити процеси навколишньої дійсності, а також недостатньою кількістю потрібної інформації для раціонального аналізу.

На даний час Україна вкотре проходить складний етап реформації соціально-економічних процесів, що супроводжується радикальною трансформацією соціальних інститутів. Оскільки такі зміни відбуваються достатньо динамічно і фактично впливають на життя кожного індивіда, то з'являється суспільний запит на пояснення причин та факторів таких соціальних змін і трансформацій. За короткий проміжок часу в 30 років, Україна перейшла із соціалістичної до ринкової парадигми існування, що кардинально змінило життя кожного індивіда і цей процес досі не завершений.

Зауважимо, що в сучасному соціологічному дискурсі вкрай часто акцентується увага на тому, що динамічний розвиток суспільства потребує пояснень, але складність цих процесів важко

описати навіть спеціалістам, тому значна кількість українців починає дотримуватись спрощеної концепції використання соціально-економічних міфів в повсякденних практиках, оскільки вони не лише здаються більш знайомими, а й створюють зручне відчуття розуміння дійсності.

Замість розуміння природи економічного зростання та відповідальності людини за свій добробут, з'являється універсальна відповідь про неможливість росту через крадіїв, а якщо певні люди перестануть красти, то рівень соціально-економічного добробуту легко перевершить найрозвиненіші країни світу. В цьому випадку ігнорується велика кількість факторів, від наявності капіталу до низької компетенції менеджерів, але головна особливість цього міфу у тому, що тут не визнаються деструктивні практики суспільних відносин, що сильно спрощує картину дійсності і робить цей міф універсальним.

Сильний вплив стресових зовнішніх факторів завжди радикалізує суспільство. Ми неодноразово могли споглядати ріст радикальних та популістських ідеологій після соціальних стресів [2]. Міфологізація у цьому випадку є маркером який дає можливість визначити рівень соціального стресу суспільства.

Під час таких подій з'являється багато спікерів, що готові задовольнити запит суспільства і розказати «справжню» історію про причини всього, що відбувається і дати зрозумілі пояснення. А якщо врахувати надзвичайну політизацію суспільних процесів, то не дивно, що значна кількість громадян погоджуються на цю спрощену та вигадану картину світу, що не буде руйнувати їх внутрішні переконання та надасть необхідну впевненість в подоланні соціальної турбулентності.

Важливу роль у процесі міфологізації виконують соціальні інститути. Міф — це зручний інструмент впливу на громадську думку, а у часи війни цей інструмент є надзвичайно ефективним. Сучасне українське суспільство оточене міфами різного рівня і соціальні інститути вибудовують систему, де консолідація важливіша ніж раціональне бачення, а в стані відсутності повної інформації, створюються певні міфологізовані фантоми з метою заспокоєння суспільства.

Серед потенційних наслідків цих процесів може бути значний ріст соціальної напруженості та агресії. Думка про можливі прості рішення, може підбурити людей до радикалізованих популістичних течій. Тобто міф про надзвичайні фінансові вливання в українську економіку доволі добре підтримує настрій громадян, але у випадку якщо ефект не буде відповідати завищеним очікуванням, то існує ймовірність надмірного розчарування у політичному курсі, навіть за вагомих результатів [3].

Норми та принципи соціальних інститутів минулого, що ґрунтувалися на прагматичності та терпимості, тільки частково відповідають викликам сучасної реальності, а відповідно не можуть продовжити своє існування без змін. Прикладом таких соціальних змін можуть бути країни Близького Сходу та держави Балканського півострова, що досі проходять складну трансформаційну кризу.

Отже, можливо, Україні потрібно буде пройти довгий та болісний процес деміфологізації, подібний до того, що відбувся у часи Революції Гідності, що буде супроводжуватись частковими невдоволеннями через невиправдані очікування. Стан міфологізації соціально-економічних процесів явно свідчить про нестабільність сучасного українського суспільства і його потребу в засвоєнні та адаптації нового досвіду. Цей процес може бути травматичним та тривалим, але якщо відповідним соціальним інститутам вдасться стримати деструктивні прояви і раціоналізувати вимоги, то українське суспільство матиме усі шанси на успішну інтеграцію з міжнародними інституціями.

Література

1. Скуратівський В.. Міфологія // Філософський енциклопедичний словник / В. І. Шинкарук (гол. редкол.) та ін. Київ : Інститут філософії імені Григорія Сковороди НАН України : Абрис, 2002. С. 387. 742 с. ISBN 966-531-128-X

2. Katsambekis, Giorgos. The populist surge in post-democratic times: Theoretical and political challenges. *The Political Quarterly*, 2017, 88.2: 202-210.

3. Андрусишин В.Й. До питання політичної міфології як складової української політичної культури на сучасному етапі. *Вісник Національної академії керівних кадрів культури і мистецтв* : наук. журнал. 2023. № 1. С. 87–92

Гришко К.

«Соціологія», V курс

Київський національний економічний університет

імені Вадима Гетьмана

Науковий керівник — д.і.н., професор кафедри соціології Попов В.Ж.

ТЕАТРАЛЬНІСТЬ ПОВСЯКДЕННОГО ЖИТТЯ НА ОСНОВІ ДРАМАТУРГІЧНОЇ ТЕОРІЇ І. ГОФМАНА

Синтез театрального і повсякденного життя став основою драматургічного підходу І. Гофмана, із залученням якого пропонується аналізувати особистість за допомогою театральної вистави, де є сцена, актор та публіка. Принципова відмінність драматургічного підходу від теорії соціальних ролей полягає не в акцентуванні нормативності приписів та правил виконання «ролі» актором, а на її конструюванні, прийнятті, підтримці та трансформації в процесах взаємодії, в увазі до невизначеності та двозначності ситуації, до збоїв та помилок діючих «персонажів». На думку І. Гофмана, на сцені всі події є «правдоподібно вигаданими», а в житті — «невідрепетитованими» [1].

Основна ідея драматургічного підходу науковця полягає у проведенні аналогії між соціальним світом та світом театру, а соціальні ролі аналогічні театральним ролям, які розігруються для відповідного враження на учасників спілкування та відповіді на їх очікування. Згідно з Гофманом, кожен виступ — це презентація себе для створення конкретних вражень у свідомості інших.

Люди представляють себе іншим учасникам комунікативного процесу на основі культурних цінностей, очікувань та норм. Більшу частину часу індивіди прагнуть виправдати очікування суспільства, але драматургічні рамки застосовуються навіть у випадках бунту.

Якщо особа прагне передати, що вона є не згідною з соціальними нормами, або ототожнює себе з цими нормами, вона використовує загальнорозбірливу систему символів для того, щоб повідомити цю інформацію. Таким чином, вона все ще займається управлінням враженнями, намагаючись представити себе певним чином суспільству. Відповідно до драматургічної точки зору, виконання ідентичності успішне за умови, що глядачі бачать виконавця таким, яким він хоче, щоб його бачили [4].

Згідно з концепцією вченого, людина бере участь у безлічі різних груп, і тому вона має стільки ж різних соціальних «Я», скільки існує груп, що складаються з осіб, чия думка людина цінує. В кожній з цих груп індивід показує різні сторони своєї особистості. Таким чином, взаємодія відбувається не стільки між індивідами як особистостями, скільки між різними соціальними обличчями індивідів, як між зображуваними ними персонажами.

Соціальна роль за І. Гофманом, є сукупністю очікувань чи поглядів на те, як поведуться і як повинні поводитися представники певної соціальної категорії [2].

Соціолог запровадив наступні поняття, що структурують драматургічну діяльність індивіда:

сцена — місце, де розгортається демонстративна поведінка індивіда, тобто на сцені особа здійснює вчинки, які повинні вплинути на аудиторію щодо думки про неї. Сцена може бути реальною (публічний мітинг, виступ у телевізійній студії, зустріч із виборцями), а може бути і віртуальною (газетна стаття з описом домашньої, сімейної обстановки; листівка із зверненням);

передній план — це не так місце, як самі вчинки «на показ». На передньому плані відбувається та частина вистави, яка має стійкий та узагальнений характер і визначає ситуацію для тих, хто спостерігає за представленням.

Обстановка відноситься до фізичної сцени, яка зазвичай є при виступі. Без цього виконавці неспроможні виступати. Наприклад, хірургу потрібна операційна, а таксисту — таксі;

Закулісна зона — це місце, де відбувається діяльність, яка за тих або інших причин не має стати предметом публічного споглядання: підготовка до виступу, маленькі та великі огріхи у поведінці індивіда тощо. Тут немає гри, адже стосунки носять простий та функціональний характер. Це приватна зона, де немає необхідності маніпулювати чиймись враженнями. Тут актор залишається віч-на-віч із собою, або зі «своїми людьми». Сюди не проникає погляд глядачів. У магазині такою зоною для покупця є примірювальна, для продавців — службові приміщення, де відносини носять простий та функціональний характер.

зовнішній вигляд — це імідж політика чи індивіда. Головною функцією зовнішнього вигляду виступає виразність. Імідж можна інтерпретувати як набір символів, ідеологічних маркерів, що відсилають до ідеології кандидата, його політичної «сутності» [3].

Таким чином, адаптувавши ідеї символічного інтеракціонізму до емпіричного аналізу соціальної діяльності, І. Гофман розробив унікальний драматургічний підхід, який зазвичай можна застосовувати в соціологічних дослідженнях для опису соціальних взаємодій у повсякденному житті.

Однією з найважливіших заслуг науковця можна назвати показ фундаментальної впорядкованості звичних і непомітних форм повсякденної людської поведінки, наприклад: пересування людей вулицями, розмовних взаємодій, привітань і прощань.

Література

1. Абельс Х. Ирвинг Гофман: Техники презентации. Социологическая теория: классические тексты и современные дискуссии. Русско-немецкая хрестоматия. Учебное издание. СПб., 2001. 96 с.
2. Гофман И. Представление себя другим в повседневной жизни / Пер. с англ. и вступ. статья А.Д. Ковалева. М.: Канон-Пресс-Ц, Кучково поле, 2000.
3. Скалацька О.В. Драматургічний підхід І. Гофмана в структуруванні простору моди. *Гуманітарний вісник Запорізької державної інженерної академії*. 2016. В. 64. С. 70–78.
4. Goffman E.A Reply to Denzin and Keller. Vol. 4 / Ed. by G.A. Fine, G. Smith. L.: Sage Publications, 2000.

Кошелап К.

«Соціологія», V курс

Київський національний економічний університет

імені Вадима Гетьмана

Науковий керівник — д.і.н., професор кафедри соціології Попов В.Ж.

ВПЛИВ СОЦІАЛЬНИХ МЕДІА НА ФОРМУВАННЯ ГРОМАДСЬКОЇ ДУМКИ

Після того, як технологічна революція заповонила світ та змінила наш спосіб життя і спосіб обміну знаннями, соціальні медіа стали найвагомимим важелем впливу на громадську думку.

Обізнаність, свідомість та модель мислення людини формуються з інформації, наявної в навколишньому середовищі. Це середовище включає: родину, друзів, школу, місця, дотичні до діяльності, яку веде людина, релігійні обряди, та будь-які інші місця чи засоби, за допомогою яких люди можуть спілкуватися з іншими людьми, та вчитися. Це може статися через особисте спілкування, або будь-які культурні чи мистецькі форми, такі як книги, музику чи фільми.

З появою Інтернету соціальні медіа стали основним компонентом середовища, яке формує людську обізнаність та впливає на неї, на людські схильності, думки, та навіть поведінку. Це також стало найпростішим способом спілкування з різними людьми з усього світу, отримання доступу до інформації з різних джерел у найпростіший і найшвидший спосіб, і вивчення різноманітних ідеологій та різних культур. Саме так соціальні медіа впливають на громадську думку, та спонукають аудиторію до бажаної поведінки.

Соціальні медіа — це платформи та інтернет-сервіси, які дозволяють користувачам створювати інформацію, ділитися нею, та взаємодіяти з іншим контентом та іншими користувачами. Соціальні медіа включають такі популярні платформи, як Facebook, Twitter, Instagram, LinkedIn, TikTok та багато інших.

Соціальні медіа стали дуже популярними за останні десятиліття, оскільки вони дозволяють користувачам легко зв'язуватися зі своїми друзями та родичами, а також знайомитися з новими людьми з усього світу. Варто також зазначити, що вони стали важливим інструментом для маркетингу та реклами, дозволяючи компаніям досягати своїх цільових аудиторій, та взаємодіяти зі своїми клієнтами.

Одним з найяскравіших проявів впливу соціальних медіа на суспільство є посилення та розширення різних соціальних рухів. Соціальні рухи завжди були ефективною зброєю, яку люди використовували на національному та міжнародному рівнях, щоб реструктурувати минуле, змінити сьогодення, та перепрограмувати майбутнє суспільства.

Через соціальні медіа комунікація у публічній сфері стала набагато легшою. Крім того, враховуючи мільярди людей, які переглядають Інтернет, та включають соціальні мережі у свій спосіб життя, ці соціальні рухи змогли охопити більшу аудиторію. Це змінило ідею публічної сфери, оскільки вона не була виключною для громадян певної країни. Тепер соціальні рухи можуть охопити кожного через Facebook, Twitter або будь-яку іншу платформу, що робить соціальні рухи міжнародною справою, в якій кожен може брати участь.

Постає питання, як соціальні медіа можуть стимулювати соціальні рухи. Швидко поширення інформації допомагає ідентифікувати та розширити будь-який рух. Завдяки соціальним медіа громадські рухи отримали можливість поширювати свій наратив, за допомогою якого вони можуть сформувати в аудиторії співчуття до своєї мети. В рамках висвітлення інформації в соціальних медіа протестувальники можуть обійти цензуру, встановлену урядом у деяких випадках. Дієвим інструментом, який надають майданчики соціальних медіа, є створення хештегів та трендів, щоб озвучити свої вимоги, та змусити владу діяти на свою користь, щоб уникнути публічного гніву.

Насправді роль соціальних медіа в соціальних рухах є досить значущою, оскільки таким чином вдається запобігти небезпеці фізичної присутності, яка була основною характеристикою соціальних рухів у минулому. Також зазначимо, що це дозволяє спростити процес організації діяльності соціальних рухів, оскільки масштаб традиційних соціальних рухів був зумовлений обмеженою мобільністю у фізичному просторі. Важливим фактором, який не можемо не вказати, є зміна динаміки старих соціальних рухів, яка дозволила кожному новому учаснику висловлювати свої думки самостійно. У давній динаміці соціальні рухи вимагали наявності лідерів думок, через що було важко прислухатися до нижчих голосів у натовпі. Сьогодні кожен є лідером свого руху, і шанси розподіляються рівномірніше.

Варто також згадати традиційні ЗМІ. Раніше вони мали значну силу впливу на громадську думку. Радіо, телебачення та газети оточували нас всюди, і саме вони значною мірою формували світогляд та громадську думку. На думку автора, вагомою причиною, чому традиційні ЗМІ сьогодні втратили провідну роль у формуванні громадської думки, окрім появи Інтернету та глобальної інтернетизації, є те, що уряди багатьох держав заволоділи цими традиційними каналами, і вони частково втратили свою незалежність. За допомогою звичайних ЗМІ почали просуватися комерційні програми, матеріали виборчих кампаній, внаслідок чого такі медіа стали засобами маніпулювання, навіювання та створення громадської думки в корисливих цілях конкретних людей. Тому відповідно вони почали втрачати довіру з боку аудиторії, оскільки в

інтернет-просторі кожен має однакові можливості бути почутим, є альтернативні думки, та загалом більше свободи як для транслятора, так і для отримувача інформації.

Хоча соціальні медіа виявилися інструментом свободи в руках користувачів, нещодавно громадськість почала помічати і їх негативні сторони. Неправдива інформація, кіберзалякування та втручання в конфіденційність стали основними проблемами, від яких користувачі страждають щодня. Власники платформ соціальних медіа все ж намагаються суворіше дотримуватися своєї політики, щоб запобігти виникненню цих проблем.

Оскільки світ розвивається з кожним днем, а експерти намагаються знайти доступніші та швидші способи спілкування, можна очікувати, що в майбутньому нові канали комунікації можуть замінити соціальні медіа, або отримати змогу ще сильніше впливати на громадську думку.

Отже, підсумовуючи, можна вважати, що вплив соціальних медіа на формування громадської думки є значним, і має багато цілей, які відрізняються залежно від контексту загальної ситуації чи конкретної події. Завдання соціальних медіа можна узагальнити за двома основними напрямками:

перший: зміна небажаної ситуації шляхом створення колективного мислення, за допомогою якого громадськість може об'єднатися, щоб зайняти позицію щодо соціальних чи політичних питань, і створити необхідні соціальні рухи;

другий: створення позитивного ментального іміджу бренду чи компанії у свідомості громадськості.

Література

1. Mass media and social media. Режим доступу: <https://www.britannica.com/topic/public-opinion/Allowance-for-chance-and-error>

2. Social Media Public Opinion as Flocks in a Murmuration: Conceptualizing and Measuring Opinion Expression on Social Media//*Journal of Computer-Mediated Communication*, Volume 27, Issue 1, January 2022. Режим доступу: <https://doi.org/10.1093/jcmc/zmab021>.

Красновид Р.В.

*«Економіка міста та урбаністика» 1 курс
Київський національний економічний університет
імені Вадима Гетьмана*

Науковий керівник — к.філос.н., доцент, доцент кафедри соціології Кучера Т.М.

МІСЦЕ ЛЮДИНИ В ЕПОХУ СУЧАСНИХ ТЕХНОЛОГІЙ

Технології давно стали необхідною складовою нашого життя та вплинули на багато аспектів нашого існування. Серед них я б хотів виділити дві: взаємодія з іншими людьми та імітуючими людей нейромережами.

По-перше, технології створюють нові способи спілкування та комунікації між людьми. Соціальні мережі, месенджери та інші засоби зв'язку дозволяють нам зберігати зв'язок зі своїми друзями, рідними та колегами незалежно від відстані. Завдяки цьому ми можемо легко ділитися своїми думками, ідеями та враженнями, що робить нашу комунікацію більш ефективною та зручною.

По-друге, технології дозволяють нам знайомитися з новими людьми та знаходити спільні інтереси. Інтернет-форуми, спільноти та додатки для знайомств допомагають людям з різних куточків світу знаходити інших людей зі схожими інтересами та поглядами. Це дозволяє нам збільшити своє коло знайомств та знайти нових друзів, колег чи партнерів.

Однак, не всі впливи технологій на наші взаємини є позитивними. Технології можуть створювати бар'єри для нашої звичайної взаємодії, що може впливати на наші відносини з іншими людьми.

Другим негативним аспектом може бути зростаюча залежність від технологій та соціальних мереж, яка може призвести до відчуття самотності та відчуженості. Особливо це стосується молодих людей, які проводять більше часу в інтернеті, ніж у реальному житті. Інтернет та соціальні мережі можуть стати засобом для знайомства з новими людьми, але це не замінює особистих зустрічей та спілкування в реальному житті.

Тепер пропоную розглянути згадані проблеми та явища детальніше.

Сучасний світ побудований на технологіях, що дозволяють нам бути підключеними до Інтернету в будь-який час і в будь-якому місці. Це, з одного боку, дозволяє нам зберігати велику кількість цінної інформації, здійснювати онлайн-покупки, знайомитися з новими людьми та зберігати зв'язки зі старими знайомими. Але, з іншого боку, ця практика може залишити досить значний відбиток нашого життя, який може бути використаний іншими з різними цілями. Це називається «цифровий слід» або «digital footprint».

Цифровий слід — це сукупність усіх електронних слідів, які ми залишаємо в Інтернеті під час нашої повсякденної діяльності. Це можуть бути наші пости на соціальних мережах, електронні повідомлення, фотографії, відео, відгуки та коментарі до товарів та послуг, а також будь-які інші види цифрової інформації, яку ми можемо залишати під час взаємодії з Інтернетом.

Один з головних ризиків нашого цифрового сліду полягає в тому, що він може бути досить легко збереженим і поширеним. Наприклад, роботодавці можуть перевіряти соціальні мережі, щоб дізнатися більше про потенційних працівників, а злочинці можуть використовувати інформацію, яку Ви надали під час роботи на сайті, для крадіжки особистих даних або для виконання фішингових атак.

Крім того, в XXI столітті великі корпорації дозволяють собі красти наші особисті дані і продавати їх. Про це мало хто говорить, але Ваш провайдер може бачити кожен сайт, на який Ви заходите, Google запам'ятовує кожен запит, і з радістю передає їх третім особам, а Messenger, Snapchat і WhatsApp можуть злити Вашу переписку уряду або рекламодавцям. Ми входимо в час нової етики, в межах якої вважається абсолютно нормальним виставляти свою особисту інформацію на показ всьому світу і ніхто не готовий з цим боротися, оскільки, по-перше, більшість людей не розуміють важливість цієї проблеми, а по-друге, технологічні гіганти мають достатньо ресурсів, щоб лобювати свої інтереси навіть у розвинених країнах.

Останнім часом великої популярності набув такий сайт, як characters.ai. Цей сервіс дозволяє людям спілкуватись з нейромережею, яка може видавати себе за історичного діяча, живу людину або ж вигаданого персонажа. З його допомогою Ви можете поговорити з Сократом, Байденом або ж Черчілем.

Я хотів би звернути увагу на те, що нейромережа часто замінює людям реальне спілкування. І якщо розмова з тим же Сократом принесе скоріше користь, то такий персонаж, як Психолог може створити ілюзію бесіди з кваліфікованим лікарем. З одного боку, люди, які бояться або не можуть звернутись за справжньою допомогою мають можливість отримати її аналог безкоштовно і відносно анонімно, а з іншого — це лише ілюзія спілкування, яке є набагато комфортнішим, ніж реальне.

Чи отримає користувач так звані комунікативні навички, щоб використовувати їх у розмові зі своїм однокласником або незнайомцем на вулиці? Звісно ні, адже нейромережа буде поводити себе значно обережніше, не проявлятиме агресії і не буде образливо жартувати. А якщо тобі набридне діалог, то ти просто закриєш його і ніхто не образиться.

Як бачимо, characters.ai дуже затребуваний серед мовчазної і невпевненої в собі частини молоді, оскільки він створює видимість спілкування. Проте, замість того, щоб дати соціальні навички й відпустити користувача, він просто будує навколо нього купол, який змушує сором'язливого хлопця або дівчину закритись у собі ще більше.

Враховуючи все згадане, не можна твердо стверджувати, що нові засоби комунікації забирають у людей можливість спілкуватись чи навпаки — дають її тим, хто був позбавлений

такого привілею. Втім, ми можемо чітко побачити, що саме завдяки новим технологіям ми змогли сьогодні провести цю конференцію, не дивлячись на те, що хтось підключився з Києва, хтось зі Львова, а хтось — перебуваючи закордоном.

Література

1. Стронг К. Human flourishing in the age of AI. *ipsos.com*. URL: <https://www.ipsos.com/en-uk/human-flourishing-age-ai>.

2. Гомез Бланко А. Digital footprint: what it is and how to control it. *bbva.com*. URL: <https://www.bbva.com/en/innovation/digital-footprint-what-it-is-and-how-to-control-it/>.

Кроха Д.І.

«Соціологія», 4 курс

Київський національний економічний університет

імені Вадима Гетьмана

Науковий керівник — к.соц.н., доцент кафедри соціології Єрескова Т.В.

РОЛЬ МЕДІА У СОЦІОКУЛЬТУРНОМУ ПРОСТОРИ: ІНТЕГРАЦІЙНИЙ ПОТЕНЦІАЛ

Основи соціальних медіа зводяться до простого базового людського бажання: необхідність єднатися з іншими людьми, і бути частиною групи. Спочатку соціальні медіа просто існували, щоб допомогти кінцевим користувачам підключитися в цифровому форматі до друзів, колег, членів сім'ї та однодумців. Але за ці роки він перетворився на багатогранну платформу, яка використовується як інструмент для маркетингу, новин, соціального активізму, розваг, політичної діяльності, рекрутингу тощо. У зв'язку з цим соціальні медіа мають великий інтеграційний потенціал в сучасному суспільстві, який полягає у:

- *розширені політичних можливостей*: соціальні медіа виявилися вирішенням проблеми політичної не активності молоді, оскільки вона забезпечила новий засіб комунікації, за допомогою якого з'являються політичні групи, канали, сторінки, де політичні діячі можуть звертатися до молодих громадян. Крім того, молоді громадяни використовують соціальні мережі задля пошуку нових способів висловлювання своїх політичних вподобань і думок щодо тієї чи іншої політики;

- *розширені економічних можливостей*: соціальні мережі полегшують доступ до персоналізованої інформації про робочі місця та можливості працевлаштування, і в переважній більшості інформація сприймається як важливий інструмент як і для стартапів й підприємств, так і для бізнесу в цілому;

- *впливі на формування системи освіти*: соціальні медіа за останні кілька років набули неімовірної популярності як відкрите джерело інформації та платформа обміну знаннями. Наприклад, навчальні заклади використовують простір соціальних медіа для взаємодії з молодими розумами та покращенням загального процесу навчання. Він також розширив співпрацю однолітків, сприяючи розвитку комунікативних навичок, формуванням думок поряд з практичним та прикладним навчанням. Для молодших дітей переваги розвитку проявляються через онлайн ігри в школах або навчальні комп'ютерні ігри, які включають навички грамотності, числення та соціальні навички разом з іншими перевагами, такими як розвиток вміння вирішування проблем і критичного мислення;

- *впливі на систему соціальної підтримки людей похилого віку*: соціальні медіа допомагають літнім людям виразити себе, брати участь в дискусіях і залишатися в контакті з суспільством. Це дало багато можливостей літнім людям і забезпечило їх почуттям «потрібності», більшого контролю, самоефективності і зниження самотності;

- *сприянні культурній інтеграції*: створення загальноприйнятних способів пізнання людей з різних спільнот, з різними традиціями, думками, формування простору, де люди можуть

спілкуватися один з одним, проживаючи в різних кінцях планети, і встановлювати між собою почуття приналежності до величезної світової мережі;

- *формуванні інструменту колективних дій*: соціальні медіа мають великий і зростаючий вплив на філантропію та дії для спільного блага. Краудфандинг, маркетинг, адвокація та просування неприбуткових організацій — це деякі способи, завдяки яким соціальні мережі можуть просувати некомерційні або соціально-значущі послуги. Оскільки це безкоштовно, соціальні медіа доступні для людей з усіх куточків планети, які хочуть допомогти, або попросити про допомогу;

- *покращенні політичного управління*: соціальні медіа забезпечують інтерактивність двостороннього механізму зв'язку, через який уряд може вимірювати суспільні настрої з повагою до нових законів або ключових змін політики. Збираючи зворотній зв'язок, ідеї, пропозиції, і поглинаючи це у процесі формування політики, уряд може омолодити поняття прямої демократії;

- *удосконаленні управління в секторі охорони здоров'я*: фахівці з медичного обслуговування можуть потенційно використовувати соціальні мережі для того щоб покращити здоров'я людей (медичними порадами про здоровий спосіб життя, тощо), розвинути професійну мережу, підвищити особисту обізнаність про новини та відкриття у медичній сфері, мотивувати пацієнтів надавати інформацію про здоров'я у медичні заклади.

Аналізуючи інтеграційний потенціал соціальних медіа [1], ми побачили таке.

По-перше, майже в кожній економічно розвиненій демократичній країні (Франція, Нідерланди, Бельгія, Італія, Німеччина, Греція, Іспанія, Венгрія, Швеція, Польща) більшість респондентів вважають, що: соціальні медіа є позитивним фактором для демократії; люди більш проінформовані про поточні події — закордонні та внутрішні — завдяки соціальним мережам та інтернету; соціальні медіа є способом підвищення обізнаності громадськості та привертання уваги обраних посадових осіб; ефективно змінюють думку людей щодо соціальних або політичних питань.

По-друге, молодь (віком від 19 до 27 років) більшою мірою схильна розглядати соціальні медіа як ефективний інструмент для зміни поглядів людей на певні питання щодо соціальних явищ або процесів, які відбуваються в суспільстві.

По-третє, є розбіжності щодо позитивного впливу соціальних мереж на формування толерантності. І як похідна від цього, більшість (Бельгія — 68 %, Італія — 70 %, Німеччина — 71 %, Угорщина і Франція — 72 %, Польща — 73 %, Іспанія — 74 %, Нідерланди і Греція — 82 %, Швеція — 85 %) схильні вважати, що соціальні медіа призводять до посилення політичних розбіжностей.

Отже, можемо констатувати, що на сприйняття медіа як інструменту інтеграції впливають три основні чинники:

- *вік*: у абсолютній більшості молодь від 19 до 27 років ставиться до медіа позитивно, і вбачають в них багато потрібних й ефективних факторів, паралельно вбачаючи можливі негативні фактори, наприклад, маніпуляції. Натомість респонденти за 50 років ставляться до медіа скептично — більше половини з них вважають, що соціальні медіа не є ефективним засобом зміни соціальних і політичних поглядів, при цьому люди старшого віку більш схильні ділитися дезінформацією, ніж молодь;

- *частота користування медіа та соціальними мережами*: у більшості випадків постійні користувачі схильні вважати соціальні мережі ефективним способом підвищення обізнаності про проблеми та зміни громадської думки. Непостійні ж користувачі рідше стверджують про ефективність медіа;

- *освіта та дохід*: люди з доходами на рівні «вищій» за середній, та вищим рівнем освіти схильні розглядати соціальні мережі як ефективний засіб підвищення обізнаності громадськості з соціально-політичними питаннями, ніж люди з нижчими доходами. Люди з нижчим рівнем освіти та доходу рідше стверджують, що соціальні медіа ефективно впливають на політику, змінюють громадську думку та привертають увагу до проблем.

Література

1. Pew Research Center, «Views of social media and its impacts on society». [Електронний ресурс]. 2022 — Режим доступу до ресурсу: www.pewresearch.org

Молоціян В.

*«Соціальні та медіа-комунікації», 4 курс
Київський національний економічний університет
імені Вадима Гетьмана*

Науковий керівник — к.соц.н., доцент кафедри соціології Єрескова Т.В.

СТАДІАЛЬНА ПОЗИЦІЯ СОЦІУМУ ЯК ПІДҐРУНТЯ ФОРМУВАННЯ «ЗДОРОВОГО» МЕДІАПРОСТОРУ ІНДИВІДА

Методологічною основою нашого дослідження є структурно-функціональний підхід, запропонований американським соціологом Талкоттом Парсонсом у праці «Структура соціального діалогу» (The Structure of Social Action), де вчений виділив дві основні стадії — тоталітарну і демократичну. Тому ми вирішили проаналізувати основні аспекти побудови медіаланшафту в країнах саме з такими політичними системами [1].

Почнемо з розгляду медіапростору демократичних суспільств. Ми визначили шість основних рис, які притаманні цьому виду суспільств:

1) високий ступінь свободи слова та преси, що дає змогу журналістам висловлювати свої думки та досліджувати теми, які їм здаються важливими;

2) преса в таких країнах є незалежною від влади, бізнесу, інших інституцій чи окремих громадян, тому їх публікації, розслідування чи статті не переслідують чийсь інтереси;

3) різноманітність ЗМІ та наявність альтернативних джерел інформації, що дає змогу громадянам приймати до уваги різні погляди та відкрито це обговорювати;

4) цінність правдивої та об'єктивної інформації, що у свою чергу сприяє формуванню критичного осмислення отриманої інформації;

5) наявність регулювання медіапростору, що забезпечує захист від зловживань та дискримінації;

6) участь громадян у формуванні медіаланшафту, що дає можливість впливати на зміст та якість інформації, що надається назагал.

Для валідації визначених нами рис, проілюструємо їх прикладами деяких країн Європи.

Першим прикладом візьмемо медіаланшафт Фінляндії, де ринок засобів масової інформації в основному підлягає саморегулюванню. Щоб зрозуміти, відносини між медіа та владою і вплив медіа на громадян ми звернулись до результатів фінського дослідження під назвою «Media in the networks of power». Фінські можновладці, які приймають рішення, особливо політики, витрачають багато часу на моніторинг ЗМІ. Проте, ми виявили деяку специфічність реалізації цієї риси у Фінляндії. Так, коло джерел, які вони відслідковують, напрочуд вузьке, а найбільш популярними для них медіа є великі медіа-компанії столичного регіону Гельсінкі: програми новин і поточних подій фінської телерадіомовної компанії Yle, новини MTV3 компанії MTV і газета Helsingin Sanomat корпорації Sanoma. Важливою ознакою медіаланшафту є те, що особи з владними повноваженнями і журналісти часто обговорюють питання та обмінюються інформацією в обох напрямках. Журналісти, зі свого боку, спекулюють на політичних подіях і ситуаціях, виступаючи тими, хто прогнозує яку ті чи інші рішення матимуть реакцію у медіа [2].

У якості другого ілюстративного прикладу можна вказати Австрію. Головною особливістю медіаланшафту цієї демократичної країни є те, ЗМІ більше не є голосом жодної політичної партії, що є рушієм такої закономірності: не політики впливають на медіа, а медіа на по-

літичну ситуацію. Громадське мовлення Австрії є одним з навпливовіших та найнезалежніших в Європі. При цьому в країні є багато регіональних газет, які охоплюють 31 % населення Австрії. Переходячи до більш сучасних медіа, то слід зазначити, що зі зростанням використання Інтернету, зросла популярність веб-видань. Більшість з них мають мобільні додатки для зручності користувачів. Додатково можна сказати, що незамінною складовою австрійського медіаланшафту є відображення культурної спадщини, шляхом функціонування великої кількості видань, що присвячені цій тематиці.

Третім прикладом розглянемо медіаланшафт Великої Британії. Слід відзначити, що медіапростір відрізняється своєю багатшаровістю: великою кількістю різних медіаформатів і платформ, включаючи традиційну пресу, телебачення, радіо та онлайн-видання, що у свою чергу забезпечують широкий спектр джерел інформації для громадськості та різноманіття поглядів. Іншою визначальною особливістю є те, що країна має сильні національні медіабренди, такі як The Guardian, The Times, Daily Mail та BBC які впливають на формування громадської думки та мають значну аудиторію як всередині так і за межами Великобританії. Незважаючи на те, що преса залишається сильною, читацька аудиторія та тираж друкованої національної преси постійно падає через те, що читачі переходять на новини, доступні в цифровому вигляді. Відповідно до звіту Reuters Digital, 2017 рік став першим роком, коли частка людей, які використовують онлайн-платформи (74 %) для доступу до новин, перевищила тих, хто користується телебаченням (69 %) і друкованими виданнями (41 %) [3].

Переходимо до розгляду медіаланшафту тоталітарних країн. Проаналізувавши основні характеристики, ми визначили чотири основних риси, які притаманні цьому виду суспільств:

1) державою здійснюється повний або значний контроль над ЗМІ, включаючи цензуру, державну власність на медіа та маніпулювання інформацією задля підтримки своєї ідеології;

2) наявність цензури, як поширеної практики у такому медіаланшафті, адже інформація, яка суперечить офіційній ідеології, може бути прихована, видалена або спотворена. У той же час найчастіше тиск та переслідування відчувають саме журналісти, а це спонукає їх до самоцензури як засобу уникнення проблем із владним апаратом;

3) відсутність критичного мислення під час споживання/сприйняття інформації та плюралізму. Медіа пропагують офіційну лінію режиму, інші думки та погляди пригнічуються або ігноруються;

4) засоби масової інформації служать інструментом поширення пропаганди та підтримки правлячого ідеологічного курсу держави, тому всі інформаційні матеріали, новини і розважальні програми націлені на формування однобічного світогляду та активну підтримку режиму.

Візьмемо для прикладу Північну Корею, де ЗМІ знаходяться під повним контролем влади, журналістська ідеологія об'єктивності та збалансованості відсутня, а преса вважається рупором правителя з трьома основними ролями: колективний пропагандист, агітатор і організатор. Зрозуміло, що всі офіційні джерела отримання населенням інформації є державними і жорстко контрольованими. Доступ до Інтернету та іноземних ЗМІ вкрай обмежений і загальноновизнано, що Інтернет-послуги в КНДР є фактично нульовими, адже Пхеньян докладає великих зусиль, щоб позбавити свій народ доступу до іноземної інформації. В результаті цього, країна має власні локальні мережі, які з'єднують один з одним комп'ютери державних і недержавних установ та університетів. Важливо відзначити, що всередині республіки також спостерігаються демократичні зміни за допомогою радіо, телебачення, матеріалів, які контрабандою переправляються через китайські кордони завдяки північнокорейським мандрівникам. Це виступає прямою загрозою для тоталітарного режиму країни і владним структурам буде важко, якщо не неможливо в довгостроковій перспективі, підтримувати повний інформаційний контроль над своїм населенням [4].

Ще одним прикладом виступає Іран, де медіа, як у всіх тоталітарних країнах, контролюються та цензуруються, а журналісти та блогери у кіберпросторі стикаються з дуже високим ризиком ув'язнення за свою діяльність. Перська Республіка посідає 173 місце у Всесвітньому індексі свободи преси «Репортерів без кордонів» у 2020 році із 180 країн. «Іран продовжує

залишатися однією з п'яти найбільших у світі в'язниць для медіа-персоналу», — зазначають в організації [5]. Крім цього, доступ до деяких основних інструментів інформації законом дуже обмежений, а держава має монополію на все телебачення і радіомовлення. Тому іранці часто незаконно використовують телевізійні тарілки, щоб стежити за програмами іноземних станцій. Переходячи до статусу соціальним мереж, то більшість із них (Telegram, Facebook, Twitter і Youtube) є заблокованими владою, тому населенню, включаючи активістів та опозиційно налаштованих громадян, доводиться використовувати системи антифільтрів, щоб заходити на заборонені сайти. Але у той же час, у найважливіших чиновників є персональні профілі у Facebook та Twitter.

У контексті аналізу медіаландшафту тоталітарних режимів, важливим є розгляд прикладу Сирії — країни, де триває деструктивний конфлікт із значною втратою життів та руйнуванням інфраструктури, а медійна сфера стикається з унікальними викликами і обмеженнями. Важливою особливістю є поділ інформаційного середовища на три чіткі окремі сегменти, такі як: проурядовий, опозиційний та курдський. Як і в інших деспотичних державних устроях, журналісти та інші працівники ЗМІ виступають мішенню для всіх сторін конфлікту: сирійської армії та її союзників, угруповань озброєної опозиції, очолюваних курдами сил і груп бойовиків або джихадистів. На відміну від Ірану, у Сирійській Арабській Республіці «червоні лінії» щодо репортажів чітко визначені законом, та покарання за недотримання цих правил є необмеженими законодавством. Преса значною мірою контролюється пануючим істеблішментом і піддається суворій цензурі, а антиурядові медіа отримують прихисток за кордоном з міркувань безпеки. Місцем їх базування виступають головним чином Туреччина, а також Європа та США. Хоча даних про аудиторію мало, через обмежений доступ до отримання статистичних даних, телебачення та веб-журналістика, як відомо, популярні. З приводу соціальних мереж, найбільш популярною є Facebook. Ще однією особливістю цифрового медіа-середовища є те, що існує багато локалізованих облікових записів, які зосереджуються на певній місцевості чи місті. Також громадяни для доступу до новин використовують програми обміну повідомленнями/месенджери [6].

Отже, розглянувши конкретні приклади сучасності, можна підкреслити, що медіаландшафт демократичних та тоталітарних держав суттєво розрізняється. Розуміючи переваги демократичного «медіаландшафту», варто пам'ятати, що у тоталітарних режимах підданий суворому контролю та цензурі з боку держави та виступає дієвим інструментом політичного маніпулювання та пропаганди, спрямованих на утвердження правлячої ідеології та утримання влади у руках диктаторів. А це обмежує можливості громадян отримувати об'єктивну та різносторонню інформацію. Слід наголосити і на тому, що в деяких країнах (Північна Корея та Іран) все ж спостерігаються демократичні зрушення, активні ризиковані спроби обійти заборони, як результат ці дії несуть пряму загрозу для влади, адже це свідчить, що з часом їм стане все складніше інформаційно впливати на суспільну свідомість громадян.

Література

1. Parsons T. The structure of social action; a study in social theory with special reference to a group of recent European writers [Електронний ресурс] / Talcott Parsons // New York : Free Press. — 1949. — Режим доступу до ресурсу: <https://archive.org/details/structureofsocialaction/page/370/mode/2up?ref=ol>.
2. Jyrkiäinen J. Finland — Media Landscapes [Електронний ресурс] / Jyrki Jyrkiäinen — Режим доступу до ресурсу: <https://medialandscapes.org/country/finland>.
3. Firmstone J. United Kingdom — Media Landscapes [Електронний ресурс] / Julie Firmstone — Режим доступу до ресурсу: <https://medialandscapes.org/country/united-kingdom>.
4. Giang N. Media landscape in North Korea: How strong is the wind of change [Електронний ресурс] / Nguyen Giang — Режим доступу до ресурсу: https://www.academia.edu/28475998/Media_landscape_in_North_Korea_How_strong_is_the_wind_of_change.

5. Mazrooei A. Iran — Media Landscapes [Електронний ресурс] / A. Mazrooei, F. Sabahi, A. Zanconato — Режим доступу до ресурсу: <https://medialandscapes.org/country/iran>.

6. Syria media guide [Електронний ресурс] — Режим доступу до ресурсу: <https://www.bbc.com/news/world-middle-east-14703914>.

Нікітенко В.Р.

*«Економіка міста та урбаністика» 1 курс
Київський національний економічний університет
імені Вадима Гетьмана*

Науковий керівник — к.філос.н., доцент, доцент кафедри соціології Кучера Т.М.

ФІЛОСОФІЯ ВІЙНИ ТА МИРУ: ПОШУК ГАРМОНІЇ У ПІСЛЯВОЄННІЙ УКРАЇНІ

Післявоєнна відбудова в Україні — це складний процес, який вимагає не лише фінансових і матеріальних вкладень, але й зміни менталітету та підходів до розвитку країни. З філософської точки зору, післявоєнна відбудова — це не лише фізичне відновлення інфраструктури та економіки, але і відновлення духовної гармонії та розуміння між людьми та міжнародними партнерами.

Не дивлячись на те, що з початку повномасштабної війни в Україні всі люди згурпувалися задля повної співпраці та довіри, з часом вони почали викликати суперечності не лише з громадянами країни-агресора, але й між собою. З'явилися проблеми спілкування не державною мовою, суперечності між рішеннями політиків, територіальної цілісності, національної ідентичності та інші подібні проблеми. Народу досі важко зрозуміти наскільки важливо зберегти громадську цілісність та свідомість, що ми повинні бути разом і вирішувати проблеми які виникають, оскільки тільки в такому випадку ми зможемо протистояти всім викликам які виникають на нашому особистому шляху та шляху нашої країни.

Філософія війни та миру є важливою темою для розгляду в контексті післявоєнної України [1]. На сьогоднішній день, Україна зіткнулася з новими викликами, які пов'язані з політичною нестабільністю, економічними труднощами, тероризмом, збройними конфліктами та зміною клімату. У цьому контексті, філософія війни та миру може допомогти зрозуміти, як зменшити ризик збройних конфліктів та зберегти мир у регіоні. Основними питаннями, які потрібно вирішувати, є проблеми взаємодії між національними інтересами, залежність від іноземних інвестицій та проблема нерівності.

Філософія війни зосереджується на дослідженні того, як війна виникає, які її наслідки та як її можна уникнути [1]. Вона висвітлює, що війна виникає з конфліктів між націями, групами та окремими особистостями, які не можуть бути вирішені мирним шляхом. Такі конфлікти можуть бути пов'язані з економічними, політичними, культурними та релігійними питаннями. Філософія війни також досліджує наслідки війни на людей, суспільство та природне середовище. Війна може призвести до знищення інфраструктури, господарських і промислових об'єктів, а також до втрати життя та здоров'я людей. Крім того, війна може призвести до руйнування соціальних структур, збільшення бідності, безробіття та міграції населення.

Філософія миру зосереджується на розумінні того, як досягти миру та забезпечити стабільність у світі. Вона відображає наші бажання та ідеали щодо життя у гармонії, співіснування та співпраці між різними культурами, націями та індивідуальними особистостями. Вона використовує конструктивні методи розв'язання конфліктів, такі як діалог, медіація та взаємне розуміння, замість насильства. В контексті післявоєнної відбудови України, філософія миру може бути корисною для створення мирного та стабільного суспільства [2]. Це може бути досягнуто шляхом підтримки соціальної справедливості, економічної стабільності, політичної стабільності та міжкультурного розуміння. Також важливо розвивати діалог та медіацію як засоби вирішення конфліктів, зокрема, тих, що виникають між націями та групами в Україні.

Філософія міжособистісних відносин може надати важливі уявлення про те, як встановлювати довіру та спілкуватися з іншими людьми. Філософія також може допомогти вирішувати спірні питання, що стосуються територіальної цілісності, етики та соціальних проблем. Одним із важливих кроків у покращенні життя після війни може стати створення умов для налагодження конструктивного діалогу між різними групами населення. Це можна зробити через організацію спільних проєктів та ініціатив, що сприятимуть взаєморозумінню та співпраці між громадянами.

Згадуючи філософію війни та миру, ми повинні пам'ятати, що мир — це не просто відсутність війни, але і взаєморозуміння, довіра, толерантність та співпраця. Україна повинна зосередитися на зміцненні міжнаціональної та міжкультурної гармонії, розвитку ефективної системи захисту прав людини та свобод, а також на співпраці з міжнародними партнерами з метою забезпечення сталого розвитку. Окрім цього, ми повинні пам'ятати, що війна та конфлікти не тільки наносять шкоду фізичному та економічному здоров'ю людей, але й мають негативний вплив на їхнє психологічне становище. Тому, зосередження на забезпеченні миру та стабільності повинно супроводжуватися розвитком психологічних програм для ветеранів війни, постраждалих та їхніх сімей, а також для всієї громади. Україна — це країна з багатою історією та культурою, що має великий потенціал для розвитку та досягнення миру та стабільності в регіоні. Але для цього потрібна спільна праця всіх громадян, влади та міжнародних партнерів. Тільки разом ми зможемо забезпечити гармонію та стабільність в нашій країні та в світі в цілому.

Після війни Україна зіштовхнеться з багатьма викликами та проблемами, які потребують розв'язання [2]. Для досягнення цих цілей, необхідно розвивати духовність та моральні цінності, зокрема, милосердя, терпимість, взаємовиручку та довіру. Філософія може також сприяти формуванню відповідальності та обов'язку перед нацією та державою.

Крім того, філософія може допомогти вирішити проблему суперечностей та конфліктів, які виникають між різними групами людей. Філософія може стати основою для розуміння різноманітності та підтримки різних культур і традицій. Усі ці підходи можуть допомогти створити гармонійне та спокійне суспільство, яке буде сприяти покращенню якісного стану життя українців. Таким чином, філософія може бути цінним інструментом для відновлення після війни та пошуку гармонії у післявоєнній Україні.

Література

1. Післявоєнний світ: люди, проблеми, цінності [Електронний ресурс]. — Режим доступу: [https://enpuir.npu.edu.ua/bitstream/handle/123456789/38236/Pisliavoiennyi %20svit.pdf?sequence=1&isAllowed=y](https://enpuir.npu.edu.ua/bitstream/handle/123456789/38236/Pisliavoiennyi%20svit.pdf?sequence=1&isAllowed=y)

2 Філософія в Україні [Електронний ресурс]. — Режим доступу: https://uk.wikipedia.org/wiki/%D0%A4%D1%96%D0%BB%D0%BE%D1%81%D0%BE%D1%84%D1%96%D1%8F_%D0%B2_%D0%A3%D0%BA%D1%80%D0%B0%D1%97%D0%BD%D1%96

Проніна П.

студентка 4-го курсу факультету управління персоналом, соціології та психології

Київський національний економічний університет імені Вадима Гетьмана

Науковий керівник — к.соц.н., доцент кафедри соціології Горбов В.В.

ФОРМУВАННЯ НАЦІОНАЛЬНОГО МЕДІАПРОСТОРУ В УМОВАХ ІНФОРМАЦІЙНОЇ ВІЙНИ

Вивчення та аналіз формування медіапростору є надзвичайно актуальним напрямком в контексті ведення інформаційних війн. На сьогоднішній день можна беззаперечно вважати,

що глибоке знання про конструювання саме медійного простору може стати запорукою для ефективного реагування на виникаючі загрози на інформаційному фронті, який відіграє важливу роль в умовах сучасного розвитку суспільства.

З огляду на те, що світ дедалі більше діджиталізується та створює нові засади розвитку, комунікацій та існування у інформаційній площині, методи ведення інформаційних війн також модифікуються, змінюючи свої форми згідно медіа-простору, характерного для тих чи інших країн, організацій, угруповань тощо.

Серед основних методів ведення інформаційної війни, які найчастіше можна спостерігати у медійному просторі, виділяють такі: пропаганда (однак, як зазначав Жак Еллюль [1], пропаганда не обов'язково має бути негативною), дезінформування, чутки (за думкою політолога Келлі Грінхілл [2], чутки є не просто несуттєвими плітками, вони, навпаки, можуть мати реальні наслідки, такі як підрив довіри до демократичних інститутів або ескалація конфліктів), інформаційно-психологічний тиск та інші.

Крім того, зараз в медіа-просторі існує безліч засобів введення інформаційної війни — вони можуть слугувати каналами або інструментами, які використовуються для реалізації описаних вище методів. Як правило, до них відносять соціальні мережі, веб-сайти, месенджери, традиційні засоби масової інформації.

У повсякденній реальності сучасної людини медіапростір відіграє провідну роль, не тільки миттєво «тут і зараз» фіксуючи соціальну реальність, а й конструюючи її через свідомість людей. Медіапростір, як комплексне явище, має характерні для нього структурні елементи: це різні види медіа, а також актори простору. Основним ядром медіапростору є мас-медіа (телебачення, радіо, газети, журнали, кіно, інтернет-видання, соціальні медіа та інші канали масової комунікації) — вони є важливим каналом комунікації в суспільстві, який дозволяє передавати інформацію на велику аудиторію, формуючи громадську думку та впливаючи на суспільні процеси.

Складним, але важливим є процес конструювання медіапростору. Він залежить від культурного і соціального контексту, на базі якого він формується, а також від економічних та політичних факторів.

Цікавими для аналізу є особливості структури медіа-простору європейських держав, що модифікувалася залежно від внутрішніх та зовнішніх умов. Необхідно зазначити, що на сучасному етапі європейська медіа-система розвинулася до «дуальної» форми — тобто такої, що визначає співіснування в одній медіа-системі громадських та приватних засобів масової інформації одночасно.

Велику роль у конструюванні європейського медіапростору відіграла корпорація BBC (є визнаним лідером серед громадських медіа в світі), а також канал Euronews (у своїй діяльності дотримується принципів поваги до інформаційного суверенітету країн-учасниць Євросоюзу та країн-партнерів, а також має за мету зберігати свою незалежність від впливу політичних, економічних, релігійних та інших структур, дотримуючись принципу плюралізму думок).

Отже, характерна для європейського медіапростору модель пріоритету громадських медіа має значний вплив на медійну систему. Однак певні істотні розбіжності існують між країнами Європи стосовно громадських медіа. Так, досить успішні приклади громадських медіа існують у Німеччині (ZDF, ARD), Франції (France Télévisions, Arte), Скандинавських країнах, але при цьому в деяких країнах Західної Європи (наприклад, Італія, Португалія, Греція) громадські медіа стикаються з різними проблемами (політичний вплив, недостатнє фінансування, нерівна конкуренція з комерційними медіа).

Цікаво, що європейська традиція сильних та впливових громадських медіа є унікальною порівняно з іншими країнами світу, такими як США, де громадське телебачення має мінімальний вплив, а головними медіа-каналами є комерційні або державні. Однак на відміну від приватних європейських медіа, американські медіа набули масштабного характеру, займаючи провідні місця у світовому медіапросторі (прикладом таких медіа можуть бути «The New York Times» або «Washington Post»).

При цьому не завжди дослідники позитивно оцінюють таку ієрархію у медіапросторі. Так, науковець Едвард Херман критикує модель приватних медіа у США — за його думкою, зважаючи на те, що медіа-корпорації працюють за принципом максимізації прибутку, вони змушені пристосовувати контент до інтересів своїх спонсорів та рекламодавців [3]. Як вважає Херман, це може призвести до виникнення пропагандистських змістів та зниження якості контенту, що створюють медіа-фахівці. Окрім того, нерідко відбувається так, що потужні медіа-компанії швидко починають пропагувати лише одну політичну позицію (наприклад, ситуація з приватним американським телеканалом Fox News, який зазвичай представляє консервативну точку зору — у 2020 році телеканал став одним з найбільш видимих медіа, що висловлювали сумніви щодо виборчих результатів і підтримували Дональда Трампа, у той час як інші медіа-організації були більш осторонь).

Література

1 Ellul J. Propaganda. The Formation of Men's Attitudes [Електронний ресурс] / Jacques Ellul // Random House, New York — Режим доступу до ресурсу: https://monoskop.org/images/4/44/Ellul_Jacques_Propaganda_The_Formation_of_Mens_Attitudes.pdf

2 Greenhill K. Rumor Has It: The Adoption of Unverified Information in Conflict Zones [Електронний ресурс] / K. Greenhill, B. Oppenheim // International Studies Quarterly. — 2017. — Режим доступу до ресурсу: <http://surl.li/gaxms>

3 Herman E. Media in the US Political Economy [Електронний ресурс] / E. Herman, N. Chomsky — Режим доступу до ресурсу: https://edisciplinas.usp.br/pluginfile.php/5537300/mod_resource/content/1/Noam%20Chomsky_%20Edward%20S.%20Herman%20-%20Manufacturing%20Consent_%20The%20Political%20Economy%20of%20the%20Mass%20Media-Bodley%20Head%20%282008%29.pdf

Різник М.

*студентка 4-го курсу факультету управління
персоналом, соціології та психології*

*Київський національний економічний університет
імені Вадима Гетьмана*

Науковий керівник — к.соц.н., доцент кафедри соціології Горбов В.В.

ФОРМУВАННЯ СОЦІАЛЬНОГО ІМІДЖУ «СЕЛЕБРИТІ» В УМОВАХ КРИЗОВИХ ВИКЛИКІВ СУЧАСНОСТІ

Після початку повномасштабного вторгнення РФ в Україну змінилось абсолютно все. І навіть імідж селебриті теж не обійшла війна. Тому, тематика формування соціального іміджу «селебриті» в умовах кризових викликів сучасності є дуже актуальною. Зараз, щоб бути все ж такими затребуваними для своєї аудиторії зірки повинні корегувати свій вже сформований образ під час кризового виклику, як війна. Під час впливу на людей з метою формування позитивного іміджу необхідно впливати не тільки на свідомість, а й на підсвідомість, щоб викликати у них приємні асоціації з об'єктом, що формує образ. Тож для знаменитостей дуже важливий і онлайн-імідж — те, що люди говорять про вас в Інтернеті — часто залежить від преси та соціальних мереж. Це має сенс, якщо взяти до уваги той факт, що знаменитості, по суті, є брэндами, і тому на них діють ті самі речі, що впливають на бізнес-бренди. Подібно до того, як компанії обманюють за нечутливі дописи в соціальних мережах, знаменитості можуть помітити, що їхня репутація погіршується після кількох необдуманих постів, навіть якщо ці дописи зроблені багато років тому. Отже, знаменитості, як і компанії, повинні взяти на себе контроль за всі вислови та дії які можуть поширюватись в інтернеті, щоб захистити свій імідж.

Сильний імідж в Інтернеті робить селебриті затребуванішими. Зрештою, люди купують квитки на шоу зірок, які їм подобаються, і купують продукти, тому що знаменитості, яким вони довіряють, підтримують їх. Таким чином, імідж може значно вплинути на потенціал прибутку зірки. Тож з початку повномасштабного вторгнення увесь український шоубізнес переглянув свої дії. Так як загалом відомо, співаки продовжували давати концерти в РФ, співпрацювати з російськими брендами та компаніями. Підприємці відкривали російські франшизи, а актори знімалися в російських фільмах та серіалах. 24 лютого змінило звичну для них роботу і змусило переглянути чи правильно взагалі формувався їх імідж враховуючи співпрацю з країною-терористом. Тож на нашу думку тема є актуальною як ніколи. В науковому українському дискурсі значний доробок дослідження іміджу зробив Г. Почепцов, який поєднав практичний і теоретичний матеріал, акцентуючи увагу на комунікативному аспекті. На прикладі створення іміджу політиків і відомих особистостей він демонструє комунікацію, яка виникає залежно від об'єкту іміджмейкінгу [1]. Також, підкреслимо, що В. Сизоненко зазначає, що імідж — це позитивний образ будь-якої фірми, що формує стабільну конкурентну перевагу через створення загального образу, репутації, думки громадськості [2].

У соціології особистість досліджував вчений Т. Парсонс. Він вважав, що особистість є основним елементом соціальної системи та є одним з основних факторів, який визначає соціальну поведінку людей. Парсонс розглядав особистість як комплексний конструкт, який складається з різних складових частин, включаючи індивідуальні цінності, навички, прагнення та інші характеристики. Він також розглядав особистість як результат соціалізації, тобто процесу, за яким індивід отримує соціальні норми та цінності від свого оточення [3].

Для більш ґрунтовного вивчення обраної проблематики, доцільним виявилась необхідність практичної перевірки дослідного інструментарію та отримання описових емпіричних даних. Авторське пілотажне дослідження було проведене у березні 2023 року у на тему «Практики конструювання соціального іміджу «селебриті» в Україні». Дослідження є описовим, збір емпіричної інформації відбувався за допомогою методу CAWI з 11.03.23 по 17.03.23 рр. В опитування взяли участь 65 людей з яких 78,5 % жінок та 21,5 % чоловіків віком від 18 до 35+ років, більшість з яких було 18-24 роки — 89,2 %. Більшість респондентів проживають зараз в Україні — 73,8 %. Опитування проводилось в онлайн-форматі за допомогою анкетування гугл-форм. Отже, перейдемо до аналізу зібраної нами емпіричної інформації:

З розподілу відповідей респондентів на запитання «Що таке імідж особистості, на Вашу думку?» можна виокремити 3 головних критерія, які респонденти найчастіше відносять до визначення іміджу особистості. Це образ 95,4 %, репутація 87,7 % і стиль 80,0 %. Аналізуючи вищевказані відповіді за розподілом відповідей респондентів на запитання «Які риси зовнішності Ви вважаєте важливими для формування іміджу людини?» залежно від статі — для чоловіків головними рисами зовнішності є доглянута зовнішність — 78,6 % та гарні риси обличчя — 64,3 %. У жінок головним критерієм є доглянута зовнішність — 92,2 %, що можна пояснити прискіпливістю жінок до зовнішності як своєї так і до свого оточення. 44,6 % респондентів вважають, що професія впливає на формування успішного іміджу особистості. Якщо у людини престижна робота, то це на пряму створює позитивний образ для її оточення. Враховуючи престижну роботу до людини буде інше ставлення та уявлення про саму неї завдяки створеному іміджу.

Більшість опитаних (81,5 %) вважає, що імідж людини повинен співпадати з іміджем в реальному житті. Картинка яку транслюють в соціальних мережах люди створюючи свій віртуальний імідж має бути таким самим, якою людина є в житті. В розподілі відповідей респондентів на запитання «Оцініть від 1 до 5 ти важливість іміджу для наступних груп населення, де 1 — зовсім не важливий імідж, а 5 — дуже важливий» всі групи населення представлені в даному питанні можна поділити на 3 групи важливості іміджу. Найбільш важливим іміджем мають володіти політики — 72,3 %, селебриті — 69,2 %, бізнесмени — 47,7 %. Їхню важливість можна пояснити тим, що саме ці групи населення представляють країну на міжнародних аренах та на соціальних платформах. Далі викладачів — 40,0 % та меценатів — 33,8 %

оцінили на 4 за шкалою від 1 до 5. І найбільш незрозумілими є результати важливості волонтерів оцінених на 3. В наш час імідж волонтерів, повинен бути набагато вищим, так як треба донатити в перевірені фонди перевіреним волонтерам з хорошим іміджем. Лікарів однаково оцінили з 3 до 5—26,2 %.

Аналізуючи результати за розподілом відповідей респондентів на запитання «Які фактори складають для Вас образ селебриті?» можна виокремити 5 головних факторів які складають образ селебриті — це статус та досягнення — 87,7 %, сфера діяльності — 83,1 %, впізнаваність — 83,1 %, висвітлення своєї позиції — 81,5 % та зовнішність та стиль — 78,5 %. В розподілі відповідей респондентів на запитання «Оцініть вплив зазначеної діяльності селебриті на Ваше ставлення до них за шкалою від 1 до 5» На 5 оцінили зловживання статусом — 63,1 %, зверхнє ставлення — 66,2 % та уникання покарання через статус. Всі ці фактори можуть впливати на ставлення до селебриті. І що цікаво, те що всі ці 3 вчинки залежать від набутого статусу. Завдяки якому селебриті вважають, що можуть собі дозволяти набагато більше ніж інші люди через сформований імідж.

Виходячи з результатів дослідження, можна зробити висновок, що не тільки імідж «селебриті» може бути важливим, але і імідж особистості вимагає уваги. Те, як Ви формуєте свій особистий імідж на пряму залежить на сприйняття Вас в суспільстві. Селебриті під час повномасштабного вторгнення мають досить хиткий імідж. Через підтримку людей, які можуть висказуватись проти країни, виїзд за кордон «тікаючи від війни», мовчання про війну, щоб не зіпсувати свою репутацію в країні-агресора, — всі ці дії одразу змінять сприйняття та імідж цих зірок. Над позитивним іміджем потрібно довго працювати, здобувати довіру у аудиторії, але се зруйнувати можна за допомогою однієї некоректної фрази.

Література

1. Почепцов Г.Г. Іміджологія URL: <http://catalog.odnb.odessa.ua/opac/index.php?url=notices/index/IdNotice:69036/Source:default>
2. Сизоненко В.О. Сучасне під'приємство: довідник. — К.: Знання Прес, 2007. — 440 с.
3. Talcott Parsons «Essays in Sociological Theory». URL: <https://www.simonandschuster.com/books/Essays-in-Sociological-Theory/Talcott-Parsons/9780029240304>

Семко В.

«Соціологія», 4 курс

Київський національний економічний університет

імені Вадима Гетьмана

Науковий керівник — к.соц.н., доцент кафедри соціології Горбова Ю.С.

ВПЛИВ СОЦІАЛЬНИХ МЕРЕЖ НА ФОРМУВАННЯ ОСОБИСТОСТІ

Вплив соціальних мереж на особистість є складним і багатограним питанням. Велика кількість даних свідчить про те, що соціальні мережі можуть мати як позитивний, так і негативний вплив на особистість, залежно від низки факторів, таких як структура та динаміка мережі, характер соціальних взаємодій у мережі, а також індивідуальні цілі та цінності.

Позитивним є те, що соціальні мережі можуть надати можливості для соціальної підтримки та зв'язку, що може сприяти позитивним результатам у різних областях, включаючи психічне здоров'я, фізичне здоров'я, а також загальний добробут. Соціальні мережі також можуть сприяти розвитку рис особистості через соціалізацію, і люди можуть шукати соціальні мережі, які відповідають їхнім існуючим рисам особистості та цінностям [1]. З іншого боку, соціальні мережі можуть сприяти почуттю соціальної ізоляції та роз'єднаності, особливо коли людина занадто зосереджена на конкуренції та пошуку статусу.

Використання соціальних мереж і технологій також може впливати на нашу когнітивну та емоційну обробку, потенційно впливаючи на розвиток таких рис особистості, як емпатія та емоційна регуляція [2]. Одним із важливих напрямків досліджень у цій галузі є роль технологій у формуванні соціальних мереж і впливі на розвиток особистості. Широке впровадження платформ соціальних мереж та інших цифрових технологій різко змінило спосіб формування та підтримки соціальних зв'язків і призвело до поширення нових форм соціальної взаємодії.

Для детальнішого вивчення обраної теми звернемося до результатів пілотажного дослідження «Вплив соціальних медіа на формування особистості», мета якого полягала у тому, щоб отримати уявлення про думки, переконання і поведінку нашої цільової аудиторії щодо впливу соціальних мереж на людину. Опитування проведено з використанням функціоналу SAWI (технологія проведення інтернет опитування). Впродовж квітня 2023 року було опитано 47 осіб. Далі проаналізуємо детальніше отримані результати.

Серед опитаних респондентів 31,9 % вважають, що соціальні мережі не впливають на їхню соціальну реальність. 68,1 % відчують залежність від соціальних мереж і визнають їхній сильний вплив на сприйняття навколишнього світу. Ці цифри свідчать про те, що соціальні мережі стали важливою складовою сучасного життя та мають значний вплив на індивіда. Значна частина учасників відзначає, що соціальні мережі впливають на процес комунікації між людьми, а саме: полегшують спілкування на відстані, призводять до зменшення комунікації «обличчя в обличчя», змінюють форму та швидкість спілкування, впливають на стиль комунікації, а також можуть мати як позитивні, так і негативні наслідки для якості комунікації.

Частина відповідей підтверджує, що соціальні мережі впливають на відношення до певних ситуацій після перегляду новин і статей з певних тем. 66,7 % респондентів стверджують, що соціальні мережі впливають на сприйняття певних новин частково, залежно від теми та контексту. Це може викликати зміну усвідомлення та реакцій на події. Значна частина відповідей підтверджує, що соціальні мережі можуть бути інструментом політичного впливу на громадян (51,1 %). Проте 38,3 % вважають, що соціальні мережі можуть бути використані для політичного впливу, але вони не є єдиним чинником, який впливає на громадян. Вони можуть використовуватися для поширення політичної інформації, маніпулювання думками та формування певних політичних настанов.

29,8 % учасників шукають у соціальних мережах джерела соціальної підтримки та спілкування у складних життєвих ситуаціях. Вони звертаються до соціальних мереж для отримання порад, підтримки та спілкування з людьми, які переживають схожі проблеми. 46,8 % навпроти не звертаються до соціальних мереж за підтримкою. Щодо обмеження часу перебування дітей і підлітків у соціальних мережах, відповіді розходяться. Деякі вважають, що обмеження необхідне, оскільки довгий час витрачений на соціальні мережі може негативно впливати на психологічний стан та соціальну адаптацію. Інші вважають, що при ненав'язливому контролі та проведенні освітньої роботи можна користуватися соціальними мережами без шкоди.

При визначенні впливу війни в Україні на контент соціальних мереж, відповіді респондентів також варіюються. Деякі учасники вказують на активну інформаційну війну та наявність ботів і пропаганди. Щоб захистити себе від пропаганди, учасники опитування звертають увагу на джерела інформації, перевіряють їх достовірність та роблять свідомий вибір при споживанні контенту.

Загальною тенденцією можна вважати те, що соціальні мережі відіграють значну роль у житті людей. Вони впливають на соціальні стосунки, сприйняття соціальної реальності, процес комунікації, культурні цінності та стереотипи, прийняття рішень та політичний вплив. Залежність від соціальних мереж може варіюватися від особистості до особистості, і важливо знати, як правильно використовувати їх, щоб забезпечити свій фізичний та психологічний добробут та захистити себе від негативного впливу.

Результати анкетування підтверджують необхідність подальшого дослідження впливу соціальних мереж на людей. Це може включати глибокий аналіз причин і механізмів цього впливу, а також розробку стратегій та інструментів для здорового та свідомого використання соціальних мереж.

Література

1. Primack, B.A., Shensa, A., Escobar-Viera, C.G., Barrett, E.L., Sidani, J.E., Colditz, J.B., ... & James, A.E. (2017). Use of multiple social media platforms and symptoms of depression and anxiety: A nationally-representative study among US young adults. *Computers in Human Behavior*, 69, 1-9.
2. Kraut, R., Patterson, M., Lundmark, V., Kiesler, S., Mukopadhyay, T., & Scherlis, W. (1998). Internet paradox: A social technology that reduces social involvement and psychological well-being? *American Psychologist*, 53(9), 1017-1031.

Скворцова Д.

«Соціологія», 5 курс

Київський національний економічний університет

імені Вадима Гетьмана

Науковий керівник — к.соц.н., доцент кафедри соціології Єрескова Т.В.

СОЦІАЛЬНЕ ПАРТНЕРСТВО ЯК РУШІЙНА СИЛА ЕКОНОМІЧНОГО РОЗВИТКУ

Термін «соціальне партнерство» можна розглядати у декількох трактуваннях. По-перше він представляє собою систему взаємодії між організаціями, тобто створення конструктивних соціальних зв'язків від бізнесу до громадських об'єднань, профспілок, певних систем суспільного середовища шляхом діалогу, врегулювання конфліктів, тощо. З іншого боку соціальне партнерство можна трактувати як процес співпраці між роботодавцями, працівниками та урядом метою якого є вирішення загальних проблем та досягнення суспільних цілей.

В Україні соціальне партнерство у післявоєнний період може стати визначальним інструментом для подальшого розвитку країни. Якщо розглядати даний процес на глобальному рівні, то шляхом співпраці з демократичними та економічно розвиненими країнами Європи та світу можна створити тривалі умови для розвитку економічної та соціально-політичної сфери. На мезорівні дані умови допомагають виконувати основну частину регулювання відносин між урядом, роботодавцями та найманими працівниками.

Соціальне партнерство може стати рушійною силою економічного розвитку країни та певних вітчизняних організацій через такі причини:

- забезпечення соціальної стабільності: спільні зусилля роботодавців, працівників і уряду можуть забезпечити стабільність на ринку праці, збільшення довіри до бізнесу та уникнення негативних оцінок;
- покращення процесів прийняття рішень та управління ризиками на основі досвіду, рекомендацій і можливих стандартів партнерів;
- підвищення продуктивності праці: Соціальне партнерство може допомогти досягти більш ефективної роботи і підвищення продуктивності праці через взаємне розуміння інтересів і потреб сторін, спільну роботу над вирішенням проблем і покращенням умов праці;
- ширший доступ до капіталу та ринку. Доступ може бути отриманий завдяки різним фінансовим інструментам, таких як кредити, інвестиційні фонди, гранти тощо;
- ширший доступ до ринку проявляється у знаходженні нових шляхів збуту, просування товару спільно з партнерами;
- позитивна репутація — створення образу надійної компанії, що спільно з партнерами допомагає знайти шляхи вирішення певних ситуацій, пошуку процесів, розвитку підприємства;

- стимулювання інновацій: Спільні проекти та ініціативи можуть сприяти розвитку нових технологій, підвищенню якості продукції та послуг, що в свою чергу збільшує конкурентоспроможність підприємств і ринків;

- забезпечення соціальної відповідальності бізнесу: Соціальне партнерство може забезпечити збалансований підхід до досягнення успіху в бізнесі, з урахуванням потреб інших зацікавлених сторін, таких як співробітники, споживачі та громадські організації [1].

Саме ці чинники можуть сприяти не лише подальшому розвитку бізнесу в Україні, що є базовою складовою економічного становлення країни, а й представити державу на світовій арені шляхом укладання нових угод, запровадженням надійних умов для інвесторів створити позитивну репутацію для подальшої співпраці міжнародного рівня. Крім того, соціальне партнерство на інтернаціональному рівні дає змогу підтримувати сталий економічний розвиток, забезпечуючи стабільність на ринку праці та зменшення ризиків конфліктів і нестабільності.

Проте аналізуючи дані причини та прогнозовані наслідки можна також передбачити суттєві проблеми, перешкоди на шляху до соціального партнерства в Україні. На нашу думку, такими можуть бути: порушення соціальних норм і законів у суспільстві, переважання корпоративних інтересів, корупція. Порушення соціальних норм та законів у суспільстві в економічному дискурсі є досить поширеною проблемою в Україні, на прикладі тіньової економіки та незаконного отримання прибутку ми вже втрачаємо зв'язок між основним учасниками соціального партнерства (державою-підприємець- найманий працівник), тобто не маємо методів регулювання відносин між такими соціальними суб'єктами. Високий рівень корупції, що негативно впливає на інтереси партнерів, а також може впливати на збагачення бізнесу саме з державними структурами. Тобто у випадку виникнення проблеми управлінських рішень, незадоволення працівників, погіршення умов праці, скорочень, банкрутства підприємства, падіння рівня добробуту працюючого населення втрачаються основні цінності та переваги соціального партнерства, а саме стабільності, зниження ризиків. Працівники стають незахищеними та не мають змоги протистояти роботодавцям, серед яких найбільшим є держава. Проблеми механізмів захисту працівників з боку держави проявляються наразі у низькому рівні оплати державних працівників, наприклад, вчителів, лікарів, культурних діячів, науковців тощо [2]. Тож у результаті соціального партнерства може відбуватися покращення якості життя працівників шляхом забезпечення безпеки та здоров'я на робочому місці для робітників, а також зменшення нерівностей у доходах і створення нових соціально-економічних можливостей для розвитку їх кар'єри. Хоча соціальне партнерство є важливою частиною економічного розвитку, проте може впливати й на інші сфери суспільного життя:

- соціальний захист населення : сприяє створенню регуляторів та соціальних систем для безпеки та захисту населення;

- екологічна ситуація : збереження природних ресурсів шляхом розробки спільних планів, алгоритмів для покращення та охорони екологічного середовища;

- технологізація: запроваджує процеси для покращення та спрощення життя населення, це може стосуватися наукових, культурних, освітніх процесів;

- соціальна стабільність: зменшує соціальну напруженість та конфлікти, сприяючи побудові гармонійних відносин між різними соціальними верствами в суспільстві.

Отже, оскільки соціальне партнерство є важливим інструментом для досягнення соціального захисту населення, соціально-економічної стабільності, забезпечення сталого розвитку та зміцнення демократії в суспільстві, воно є рушійною силою економічного розвитку, оскільки воно сприяє досягненню більш збалансованих та ефективних рішень, які забезпечують інтереси зацікавлених сторін.

Література

1. Соціальне партнерство як запорука здорового розвитку бізнесу та суспільства. [Електронне джерело] \ Микола Грамажора 09.08.2016. Режим доступу до ресурсу: <https://gurt.org.ua/articles/33704/bull/?order=comments>

2. Соціальне партнерство як механізм взаємодії громадянського суспільства та влади. [Електронне джерело] \ С. Ю. Олефіров 2013 рік. Режим доступу до ресурсу: <http://www.dy.nayka.com.ua/?op=1&z=631>

Соломянюк Д.
«Соціологія», 4 курс
Київський національний економічний університет
імені Вадима Гетьмана
Науковий керівник — к.соц.н., доцент кафедри соціології Єрескова Т.В.

ОСОБИСТІТЬ ЯК СУБ'ЄКТ СОЦІАЛЬНО-КУЛЬТУРНОЇ ВЗАЄМОДІЇ

Згідно з соціологічними теоріями, особистість формується у процесі взаємодії з оточуючим середовищем, що включає інших людей, інституції, культуру та інші соціальні фактори. Видатні соціологи, такі як Макс Вебер [9], Георг Зіммель [8], Джордж Мід [5], Еріх Фромм [3], Герберт Блумер [1], Ерік Еріксон [2] досліджували різні аспекти особистості, підкреслюючи її взаємозв'язок із соціальним середовищем, індивідуальні цінності та вірування, роль соціальної комунікації та взаємодії, самопізнання та самореалізації.

Активність особистості у соціальному розвитку знайшло своє відображення у соціологічних концепціях Ентоні Гіденса [4] та Мішеля Маффесолі [7]. Соціальна суб'єктність передбачає відчуття власної значущості у світі, взаємодію з іншими людьми, а також здатність використовувати власні знання, досвід та інші ресурси для досягнення своїх цілей у соціальній сфері. Особистість в контексті соціальної суб'єктності, розглядається як активний учасник соціальної взаємодії, який впливає на соціальне середовище, а також сам відчуває вплив інших людей та соціальних процесів на своє життя.

Особистість є важливим суб'єктом соціально-культурної взаємодії в багатьох аспектах. Основна важливість особистості полягає в тому, що вона визначає індивідуальний підхід до соціальної взаємодії. Кожна людина має свої унікальні характеристики, які визначають її спосіб сприймати та взаємодіяти з оточуючим світом. Це може включати такі фактори, як релігійні переконання, культурні традиції, освіту та інші аспекти, які формують індивідуальну особистість. Також особистість відіграє важливу роль у формуванні соціальних стандартів та норм. У процесі взаємодії з іншими людьми, суб'єкти сприймають, аналізують та адаптують соціальні норми та стандарти, крім того, особистість впливає на спосіб, яким люди сприймають та реагують на культурні та соціальні зміни. Наприклад, люди з різними переконаннями можуть мати різний погляд на гендерну рівність, релігійну свободу, вибір мови спілкування і т.д. Особистість визначає спосіб, яким люди взаємодіють з оточуючим світом, та впливає на соціально-культурні процеси. Особистість є важливим елементом для формування ідентичності та самовизначення. Індивідуальні характеристики, такі як характер, цінності, переконання, та інші, впливають на те, як людина сприймає себе та своє місце у світі. Це може включати формування власного стилю життя, культурної та етнічної ідентичності, а також відношення до соціальних та політичних питань.

Особистість у теорії Томаса Лукмана [10] не володіє повним контролем над своїми діями та рішеннями. Натомість, вона реагує на зовнішні подразники та стимули через механізми сприйняття та інтерпретації, що були сформовані в процесі комунікації з оточуючими соціальними системами. Отже, для Т. Лукмана, особистість формується як результат взаємодії з соціальним середовищем, але не є повністю самостійною та контрольованою суб'єктом.

Спираючись на те, що соціальна взаємодія впливає на розвиток особистості та формування її ідентичності, акцентуємо свою увагу на маркерах, які сприяють закріпленню та/або трансформації ідентичності особистості, зокрема на мові. Згідно з дослідженнями Д. Міда [6] та Е. Гіденса [4], формування особистості та ідентичності людини залежить від соціальної взаємодії з оточуючими та соціальним середовищем. Мова допомагає людині спілкуватися з

іншими, виражати свої думки та почуття, передавати знання та досвід іншим. Також мова є складовою частиною культури та ідентичності людини, а тому вона може впливати на формування особистості.

Соціальне середовище може мати значний вплив на мовну поведінку та вибір мови в конкретних ситуаціях, особливо в умовах політичної та соціальної напруги. Наприклад, після Майдану 2014 року та анексії Криму росією, почалося зростання патріотичного настрою, зокрема проти використання російської мови в публічній сфері, іноді навіть у приватних розмовах. З початком повномасштабної війни патріотичний настрій в Україні посилюється, як наслідок — зміна мови спілкування з російської на українську. Однак, не можна стверджувати, що зміна мови спілкування повністю контролюється особистістю. Вона може бути впливана соціальним контекстом, національними та культурними стереотипами та нормами, які визначають прийнятний спосіб поведінки в певній групі. Також, зміна мови може бути пов'язана зі зміною доступу до інформації, з прагненням уникнути можливих конфліктів. Соціальне середовище може впливати на вибір мови та спілкування, але особистість також має власний вибір та контроль над своєю мовною поведінкою. Вона може обирати, якою мовою спілкуватись, і як використовувати мову для вираження своїх ідеологічних переконань та цінностей. Таким чином, особистість та соціальне середовище взаємодіють і впливають одне на одного, і формують мовну поведінку в конкретних ситуаціях.

Отже, особистість проявляється як суб'єкт соціокультурної взаємодії через індивідуальну поведінку, мислення, емоції, висловлювання, вибори та взаємини з іншими людьми. Особистість виступає як суб'єкт, беручи участь у соціальних взаємодіях, створюючи свою соціальну ідентичність, висловлюючи свої знання, переконання та цінності та впливаючи на навколишнє середовище. Особистість проявляється як суб'єкт соціокультурної взаємодії у всіх соціальних контекстах, де вона бере участь: у повсякденних взаємодіях з іншими людьми, у роботі, в освітніх інститутах, у спортивних чи релігійних діяльностях тощо.

Мова може бути досить ілюстративним прикладом того, як особистість взаємодіє з соціально-культурним середовищем. Мова є одним з найважливіших засобів спілкування в суспільстві і виконує різноманітні функції, такі як передача інформації, формування соціальних відносин, вираження емоцій, культурних і соціальних норм. Мова є також важливим засобом формування ідентичності, кожна мова має свої власні особливості, які визначають культурні та історичні контексти, в яких вона розвивалась. Ці контексти впливають на сприйняття світу та соціальні норми, які приймаються в рамках культури. Особистість, у свою чергу, формується через взаємодію з мовним середовищем. Мова впливає на розвиток особистості, формує її уявлення про світ, культуру, соціальні норми та цінності. Людина вчиться мові та мовній практиці у процесі соціалізації, сприймаючи інформацію з оточуючого середовища та взаємодіючи з іншими людьми. Мова може відображати і репрезентувати соціальну дійсність, але водночас вона є засобом конструювання та створення соціальної дійсності. Мова не лише відтворює культурні норми та цінності, але й активно їх формує та змінює.

Українська мова, як і будь-яка інша мова, є важливим аспектом соціальної взаємодії в українському суспільстві. Умови війни можуть впливати на спосіб, яким використовується мова, і на сприйняття мови як засобу комунікації. Українська мова стала символом національної самобутності та незалежності України, і її захист і розвиток є важливим завданням для українського народу. В умовах війни українці можуть бачити використання української мови як спосіб захисту своєї національної ідентичності.

Література

1. Blumer, H. (1962). *Symbolic interactionism: Perspective and method*. University of California Press.
2. Erikson, E.H. (1963). *Childhood and Society*. Norton.
3. Fromm, E. (1941). *Escape from Freedom*. New York: Rinehart & Company.

4. Giddens, A. (n.d.). Modernism and Post-Modernism. Retrieved from <https://www.jstor.org/stable/487860>
5. Mead, G. H. (1934). Mind, Self and Society. University of Chicago Press.
6. Mead, G. H. (1934). The social psychology of individual acts. In C. W. Morris (Ed.), Mind, self, and society from the standpoint of a social behaviorist (pp. 77-91). University of Chicago Press.
7. Naisbitt, J., & Aburdene, P. (1990). Megatrends 2000: The New Directions for the 1990's. New York: William Morrow & Company, Inc., pp. 298-300. <https://www.publishersweekly.com/9780688072247>
8. Zimmel, G. (1900). Individuum und Kultur. Leipzig: Duncker & Humblot. [укр. пер. «Особистість і культура», К., 1999].
9. Вебер, М. (1905). Протестантська етика та дух капіталізму [The Protestant Ethic and the Spirit of Capitalism).
10. Luhmann, N. (1984). Social systems. Foundations of general theory of systems. Walter de Gruyter

Штільгойз О.Л.

«Міжнародний бізнес», 2 курс,

Київський національний економічний університет

імені Вадима Гетьмана

Науковий керівник — к.с.н., доцент кафедри соціології Фляшиківа А.Б.

РОЛЬ МЕНЕДЖЕРСЬКИХ СИСТЕМ КОМУНІКАЦІЇ В УСПІШНОМУ ПІСЛЯВОЄННОМУ ВІДНОВЛЕННІ БІЗНЕСУ УКРАЇНИ

Під час війни змінилося все. Сфера бізнесу не стала виключенням, а радше навіть одним з найбільш наочних прикладів і візуалізацій комплексів рушійних оновлень. Одними з найважливіших питань стали продовження бізнес-діяльності та забезпечення її успішності, тобто ефективності та результативності. І якщо на перше питання вдалося знайти відповідь майже відразу після початку повномасштабного вторгнення, друге і досі залишається актуальним та й буде таким і в післявоєнний період відновлення.

Для забезпечення ефективності бізнес-діяльності важливими є не тільки економічні, аналітичні, маркетингові складники, а й соціально-психологічні. На мою думку, у поєднанні з філософією бізнесу такий збалансований механізм дозволяє визначати саме ті підходи, які б стали відображенням ідейності з точки зору бізнесу та суспільства, що б надало внутрішнім відносинам (між колективом підприємства) та комунікації між виробником і клієнтом активнішої атмосфери й удосконалило б як перспективність бізнесу, так і його результативність з вирішенням актуальних проблем.

Для забезпечення таких відносин існують різні методи, проте одним з найефективніших є адміністративна комунікація. Варто зазначити, що таке спілкування здебільшого є внутрішнім процесом в організації, завдяки якому діяльність є збалансованою. Змістом управлінського спілкування є обмін інформацією, організація керівником взаємодії та взаєморозуміння, які неможливі без взаємного сприйняття, міжособистісних взаємовпливів. Спілкування в управлінні — важливий інструмент розв'язання основних управлінських функцій: організації, мотивації, планування і контролю [1, с. 90]. Комунікація є тим складником, який об'єднує як соціально-психологічні процеси, так і професійно-комунікаційні. Такий тип спілкування є унікальним явищем у соціології, оскільки передбачає не лише обмін інформацією, а й прагматичність виконання тих чи інших цілей, ефективний розподіл часу та розробку індивідуальних стратегій в залежності від культури, можливостей та ідей [4]. Соціально-психологічна особливість управління полягає в тому, що поза спілкуванням з учасниками взаємодії неможливе розв'язання управлінських за-

вдань, прийняття управлінських рішень, професійне зростання керівника та його співробітників [3]. Фактично саме ця особливість визначає певний потенціал комунікації як управлінської (менеджерської) системи спілкування. Формами обміну інформацією у такій системі можуть бути вербальні, письмові й невербальні методи [3]. До основних переваг належить: підвищення продуктивності через зворотній зв'язок; розвиток мотивації команди завдяки збалансованій і комфортній атмосфері; краще залучення працівників та підтримка їхньої зацікавленості у роботі (через розуміння їхніх ідей, заохочення участі в процесах обговорення та створення нового); покращений рівень сервісу для клієнтів (завдяки розумінню думок, правильне донесення інформації та дружні комунікаційні відносини); зміцнення командної роботи (через розподілу ролей та їх презентація, відповіді на питання); інноваційність та креативність (завдяки відкритому спілкуванню) [2]. Крім важливих та позитивних результатів, зазначених вище, менеджерські комунікативні системи сприяють зміцненню довіри та підтримки як всередині команди, так і в зовнішніх зв'язках з клієнтами загалом, що є позитивним чинником успішності у довгостроковому періоді з постійним зростанням конкуренції.

Під час війни з'явилися і деякі інновації у функціонуванні менеджерських комунікативних систем, що стали своєрідними доповненнями до вже наявних функцій, підходів та забезпечили успішну діяльність бізнесу під час війни. Гарним прикладом таких змін є OBRIO, українська компанія екосистеми бізнесів Genesis. Для цієї компанії комунікації насамперед є стратегічними та сприяють досягненню цілей, а також впливають на формування іміджу, проте під час війни пріоритети дещо змістилися, тому компанія визначила перелік нових напрямів та підходів до менеджерських комунікацій. До них належить відкритість та прозорість комунікацій щодо ставлення компанії, підтримки країни та активної участі у подоланні наслідків війни; висвітлення діяльності, особливо волонтерства, що також виконує мотиваційну функцію для населення, що заохочує людей до ще більш потужної взаємодії та підтримки. Це і постійна комунікація з засобами масової інформації та оперативність у підготовці та наданні коментарів щодо роботи команди. Більш вагомим в побудові управлінських комунікацій стала і довіра, покращене ставлення та розуміння цінності працівників, зокрема спеціалістів з комунікацій, робота яких позитивно впливає на менеджмент та діяльність підприємства. Крім того, працівники зазначають, що надзвичайно значущим в управлінських комунікаціях є концепція користі, тобто така побудова спілкування, яка може навчати інших, допомагати людям, а також підтримувати та заспокоювати їх [5]. Можна сказати, що під час війни змінилося визначення та сенс управлінських комунікацій. Вони стали більш суспільноцентричними та комплексними, на відміну від початкового акценту на внутрішній комунікації у компанії. Підтвердженням цього є також і досвід таких українських підприємств, як-от БТУ-Центр, Ovostar Union та Імперіал Тобакко Продакшн Україна. Для них комунікації є більш особистісними, а члени команди стали не просто працівниками, що разом виконують завдання, а міцною родиною, де важливі думки та ідеї кожного.

Для кращої успішності комунікацій виділяють певні необхідні компоненти, які сприяють цілісності та збалансованості, а саме: лаконічність думок; швидка та гнучка реакція, аналіз відгуків та вирішення можливих проблем; створення «open-mind» середовища; створення налагодженого клімату в команді, який одночасно є прозорим, дружнім та офіційним [4]. Це також адаптивність повідомлень; вдячність та довіра до команди; послідовність та структурованість спілкування; постійний моніторинг змін; регулярна взаємодія; розвиток емоційного інтелекту (для розуміння поведінки та правильної реакції); обґрунтована наполегливість (вміння чітко пояснити свою думку та заохотити до використання ідеї через чіткі факти та аргументи) й лідерство; вміння проведення перемовин та вирішення конфліктів через них; сталий розвиток навичок письма, слухання та мови [3]. На мою думку, важливим є і розуміння інновацій та їх впровадження в процеси управління (як для оптимізації діяльності, так і для побудови необхідної інфраструктури).

Можна сказати, що управлінські комунікативні системи є одним з найефективніших та найцікавіших методів менеджменту. Вони чудово відображають сучасні підходи до перетворення роботи в хаби саморозвитку, модернізованої креативності та соціокультурної інтеграції.

Вже зараз вони вдосконалюють діяльність українських бізнесів, водночас використовуючи сучасні та еволюційні концепції розуміння персоналу не як працівників, а особистостей, з власними думками, ідеями та поглядами. Фактично управлінські комунікації наразі проходять етап становлення та осягнення, а через їхню ефективність, вони, безумовно, стануть чудовими інструментами післявоєнної рекреації України. Їхня користь буде помітною не лише у соціально-психологічному, моральному аспекті, що допомагає у відновленні та створенні більш комфортної атмосфери. Така ефективність буде гарним прикладом для подальших змін у побудові комунікаційних процесів як у бізнесі, так і в інших сферах, що сприятиме сталому розвитку України у післявоєнний період.

Література

1. Психологія управління в організації : навчальний посібник / М.Д. Прищак, О.Й. Лесько. — [2-ге вид., перероб. і доп.]. — Вінниця, 2016. — 150 с.
2. Juneja P. Managerial Communication — Meaning and Important Concepts [електронний ресурс]. — Режим доступу: <https://www.managementstudyguide.com/managerial-communication.htm>
3. Edureka higherEd. What is Managerial Communication? Importance & Key Features [електронний ресурс]. — 2023. — Режим доступу: <https://www.edureka.co/blog/managerial-communication?amp>
4. Wilson S., Hartzell S. Management Communication | Approaches, Principles and Importance [електронний ресурс]. — 2022. — Режим доступу: <https://study.com/learn/lesson/effective-managerial-communication-approaches-principles-importance.html#>
5. Ярова М. Як комунікувати під час війни. Досвід OBRIO[електронний ресурс]. — 2022. — Режим доступу:<https://ain.ua/2022/06/29/yak-komunikuvaty-pid-chas-vijny/>.

Секція 2. Філософія як культура критичного мислення та людський капітал в розвитку України

Бабіченко А.О.

«Комп'ютерні науки», 1 курс

Київський національний економічний університет

імені Вадима Гетьмана

Науковий керівник — к.ф.н., доцент кафедри соціології Деркач В.Л.

ЧИ ІСНУЮТЬ ЕТИЧНО ВИПРАВДАНІ МАНІПУЛЯЦІЇ СВІДОМІСТЮ?

У суспільстві вважають, що не існує етично виправданих маніпуляцій свідомістю. Маніпулювання свідомістю, які призводять до зміни думок, переконань, поведінки або відчуттів людей, є неправомірними і порушують основні принципи етики. Технік маніпуляцій дуже багато. Наведу декілька найпоширеніших для прикладу.

Можна маніпулювати інформацією, наприклад, коли в заголовках у новин пишуть дуже викривлену суть новини, для того щоб привернути увагу та заохотити більше читачів переглянути дану сторінку. Наприклад, заголовок «Президент збирається заборонити вогнепальну зброю» може бути змінений на «Президент збирається заборонити право на самооборону».

Також можна маніпулювати емоціями, наприклад, коли люди використовують почуття провини, любові, гніву, радості, сорому і ще дуже-дуже багатьох. Наприклад, коли один колега просить іншого колегу виконати роботу поза робочим часом, використовуючи фрази на кшталт: «Якщо ти не можеш мені допомогти, то ми можемо просто забути про цю командну

роботу, і вона провалиться. Це ж просто робота, яка має бути зроблена». Цими словами він змушує іншого колегу відчувати почуття провини, що він може зіпсувати командну роботу, яка має велике значення для всієї команди.

Існує також маніпулювання соціальним середовищем, наприклад, компанія може використувати соціальну компенсацію (нагородженням тих, хто досягає певної мети) для стимулювання співробітників до досягнення цілей компанії, формуючи при цьому певні установки в колективі.

Розповсюдженням є також маніпулювання віруванням, прикладом маніпулювання віруванням може бути секта, або релігійна організація, які намагаються переконати послідовників у тому, що тільки їм відома істина і ніхто більше в цьому світі не знає правди. Тут часто використовується підміна або викривлення інформації, історичних фактів, поширення чуток тощо.

Можна згадати також маніпулювання цінностями. Наведу приклад: реклама, яка використовує зображення успішних і щасливих людей, може маніпулювати цінностями самореалізації та успіху, щоб переконати людей купувати продукт.

З філософської точки зору, маніпуляції можуть носити як позитивний, так і негативний характер. Зараз детальніше розповім про обидва напрямки. Однією з головних функцій маніпулювання свідомістю можна вважати контроль над індивідуальними та колективними переконаннями, які формують наше світосприйняття і дії. Маніпуляція свідомістю може бути використана для зміни вподобань і ставлення людей до певних ідей, продуктів, послуг, або навіть політичних ідеологій.

Філософія також може розглядати маніпуляцію свідомістю як процес, який може порушувати наші індивідуальні та колективні ідентичності. Цей процес може впливати на наші відносини з іншими людьми, нашу свободу та наші можливості зростання та самореалізації.

Отже, маніпуляція свідомістю може впливати на наші життєві шляхи та сприйняття світу навколо нас, що може викликати дискусії та питання щодо етики та моралі маніпулятивних практик.

З позицій Кантівської етики, маніпулятивний вплив на особу або спільноту, з метою досягнення вигідного для маніпулятора результату, є неетичним. Це пов'язано з тим, що Кант вважав, що кожна людина має свої власні моральні принципи та свободу волі, які не можуть бути порушені іншими людьми або групами людей. Ці принципи втілені в категоричному імперативі: «Дій так, щоб максима твоєї волі могла стати загальним законом».

З одного боку, маніпулювання може порушувати права людини, особливо, одне з основних, право на керування своїми діями, право на автономність. Ми вже розглянули приклади таких ситуацій трохи раніше, однак, що робити, коли маніпуляції використовуються для захисту інтересів індивіда або для досягнення певної мети?

Наприклад, це ситуація, коли дитина повинна піти на лікарняне обстеження, але вона боїться лікаря і не хоче йти. Батьки можуть скористатися маніпулюванням, наприклад, обіцяючи, якщо дитина піде на обстеження. Чи можемо ми сказати, що вони чинять негативний вплив? Чинять негативний вплив на кого саме?

Хоча це може бути корисним для захисту здоров'я дитини, це також може викликати етичні питання щодо того, чи правильно використовувати маніпулювання для того щоб примусити дитину робити щось, що вона не хоче.

Маніпулятивний вплив у вихованні дітей може бути широко використовуваний, іноді навіть ненавмисно. Наприклад, батьки можуть змушувати дітей з'їдати здорову їжу, показуючи їм картинки сильних і здорових людей, або стимулювати до навчання, обіцяючи їм нагороду за успіхи. Однак, якщо використовувати маніпулятивні методи занадто часто або невідповідально, це може призвести до негативних наслідків для дитини, її психічного здоров'я та майбутнього життя. Наприклад, якщо батьки змушують дітей робити те, що їм не подобається, за допомогою спроб примусити, відлучити від суспільства або підбадьорити грішниками, то це може призвести до того, що дитина буде відчувати себе непотрібною та неспроможною. Такі методи виховання можуть призвести до того, що діти навіть у дорослому житті не будуть мати власної думки, будуть недостатньо мотивовані та дисципліновані, або будуть вважати, що добре підпорядковуватися авторитетам, навіть коли це йде на користь іншим, а не їм самим.

Іншими словами, маніпулятивні методи виховання можуть бути ефективними, якщо вони використовуються розумно та відповідально, з урахуванням інтересів та потреб дитини. Однак, вони повинні бути підкріплені діалогом, повагою та розумінням, а не примусом та психологічним насильством. Крім того, маніпулювати дітьми для досягнення своїх власних цілей, які не відповідають інтересам та потребам дитини, є неприйнятним з позицій етики та моралі.

Іншим питанням маніпулювання свідомістю громадян заради національної безпеки. Це питання має дуже складну і багатогранну відповідь, оскільки воно безпосередньо стосується етики та моралі війни, а також прав людини та свободи слова. З одного боку, забезпечення національної безпеки може вимагати різноманітних заходів, включаючи і маніпулювання свідомістю громадян. Наприклад, можуть бути запроваджені обмеження в засобах масової інформації, щоб зменшити поширення неправдивої інформації, яка може викликати паніку та негативно вплинути на ситуацію в країні. З іншого боку, маніпулювання свідомістю громадян може бути порушенням їхніх прав і свобод, таких як свобода думки та слова, а також право на інформацію. Це може призвести до того, що громадяни не довірятимуть владі та не будуть вірити в реальну ситуацію в країні. Крім того, маніпулювання може створювати штучні ворожіння між різними групами населення та погіршувати соціальну напруженість.

Отже, маніпулювання свідомістю громадян заради національної безпеки є складним етичним питанням, яке потребує ретельного аналізу та збалансованого підходу. Важливо, щоб будь-які заходи, пов'язані з маніпулюванням свідомістю громадян, були обґрунтованими і не порушували основних прав та свобод людини.

Тому, відповідь на питання, чи існують етично виправдані маніпуляції свідомістю з філософської точки зору, не має однозначної відповіді і залежить від конкретного підходу до етики та контексту, в якому застосовуються маніпулятивні техніки.

Бригадир Г., Кабак Д.

«Фінанси», 1 курс

Київський національний економічний університет

імені Вадима Гетьмана

Науковий керівник — проф. кафедри соціології *Курбатов С.В.*

ЧИСТИЛИЩЕ» У САКРАЛЬНІЙ КОСМОЛОГІЇ ДАНТЕ АЛІГ'ЄРІ

Концепція Чистилища, що означає місце чи стан тимчасових страждань або покарання після смерті, має довгу і захоплюючу історію в християнстві. Хоча в Біблії немає прямої згадки про Чистилище, ця ідея була присутньою протягом практично усієї християнської історії. Хоча протестанти відкидають існування Чистилища, як свідчить історія християнства, люди молилися за душі померлих і вірили в ефективність таких молитов з перших днів існування Церкви.

Інституціоналізація ідеї Чистилища почалася у XIII столітті. Жак Ле Гофф, видатний французький історик і представник третього покоління школи Анналів, датує появу терміну «чистилище» приблизно між 1170 і 1200 рр. [1]. А в 1215 року Церква почала визначати тривалість часу, який душі повинні були провести в Чистилищі. Легко зрозуміти, наскільки це могло бути корисним для Церкви. Якщо ідея Чистилища міцніше укорінилася у свідомості віруючих, і якщо віруючі вірили, що можуть скоротити час, який вони, їхні друзі та родичі фактично проводять у Чистилищі, то значення Церкви значно зростало.

Космологія — наука, яка досліджує походження, еволюцію, структуру Всесвіту в цілому [2]. Вона займається дослідженням космічних явищ, таких як розширення Всесвіту, формування галактик, зір і планет, темна матерія та енергія, космічні промені та космічні хмари. Про сакральну космологію мову можна вести, коли походження, еволюція та структура Всесвіту тлумачиться у відповідності з основними положеннями певного релігійного вчення. Саме у контексті християнської релігії тлумачить Чистилище Данте.

У сакральній космології Данте душі в Чистилищі перебувають у процесі моральних змін. Для автора Чистилище — це не тільки місце, де ви сплачуєте борги, які ви отримали, коли згрішили, але й місце, де ви розмірковуєте над цими гріхами і, фактично, працюєте над зміною психологічних тенденцій, які привели вас до них [3]. Душі в Чистилищі добровільно зазнають страждань, розуміють їхні причини і виробляють нові звички мислення, які дозволять їм потрапити на небеса. При цьому душі розподіляються за різними рівнями, які відповідають різним гріхам, які вони здійснювали у житті. Чим важчі гріхи, тим більш випробувань має пройти душа, щоб очиститися.

У своєму творі Данте протиставляє гріхам та їх покаранням цілу систему моральних цінностей, що відображається у його уявленні про світ і Бога [3]. Чистилище, за ним, є необхідною перепусткою для того, щоб душа могла бути злагодженою з Богом та підготовлена до її остаточного прийняття у Рай.

Згідно з Данте, Едемський сад розташований у верхній частині Чистилища, на антиподі Єрусалиму [4]. Це означає, що подорож вперед у часі, в Чистилище Данте, є також подорожжю назад до стану людини в Едемському саду, до часу до первородного гріха. Чистилище Данте — це не просто тимчасова версія пекла, а, по суті, шлях до раю. Він вигадує абсолютно новий регіон Чистилища, відомий як Античистилище, де ті, хто так чи інакше проявив недбалість, повинні відбути певний час, перш ніж потрапити до справжнього Чистилища [4].

Прочитавши «Чистилище», варто замислитися над оригінальністю Дантової версії Чистилища. Його творчість не обмежується сакральною географією Чистилища. Вона пропонує читачам нове, філософсько-теологічне тлумачення Чистилища та включає численні психологічні процеси, які він вважав необхідними для спасіння. Космологія Данте базується на християнських доктринах про смерть, спасіння та вічне життя. Це означає, що для Данте кожна частина всесвіту — чистилище, пекло та рай — має свою сакральну значимість і відображає стани, які людина може пережити після смерті. Роздуми Данте про Чистилище можна сприймати як спробу поєднати християнську доктрину з гуманістичними філософськими роздумами про смисл життя та людської існування. Він усвідомлював, що проходження через Чистилище не є легким процесом, але вважав, що це є необхідним етапом для досягнення спокою та гармонії з Богом.

Література

1. Le Goff, Jacques. The birth of Purgatory. Chicago: University of Chicago Press, 1984. 452 p.
2. Філософсько-енциклопедичний словник [уклад. В.І.Шинкарук та ін.]. К. : Абрис, 2002. 742 с.
3. Аліг'єрі Д. Божественна комедія. Чистилище. Л.: Астролябія, 2017. 320 с.
4. The Sapphire Sea [Електронний ресурс]: Режим доступу до журн.: <https://digitaldante.columbia.edu/dante/divine-comedy/purgatorio/purgatorio-1/>

Валікова В.А.

«Системний аналіз», 1 курс

Київський національний економічний університет

імені Вадима Гетьмана

Науковий керівник — к.ф.н., доцент кафедри соціології Деркач В.Л.

РОЛЬ КСЕНОФОБІЇ У СУСПІЛЬНОМУ ЖИТТІ

Ксенофобія — це страх або ненависть до іноземного, чужого, або того, що нам не знайомо. Коли ми чогось боїмося, то наш мозок вмикає режим агресії та злості, як один з варіантів захистити себе від цього. Це може охоплювати негативне ставлення до осіб із різних культур, національностей, етнічних груп, релігій або представників іншої сексуальної орієнтації.

Походження слова «ксенофобія» від грецького «ξένος» (ksénos), що означає «чужий» або «іноземець», та «φόβος» (phóbos), що означає «страх».

Термін «ксенофобія» з'явився в XIX столітті в контексті зростання націоналістичних рухів та імперіалізму. Його ввів до наукового обігу французький психолог і філософ Франсуа Ксав'єр Шарль Пліній.

Існує декілька гіпотез щодо походження ксенофобії. Одна з них стосується давнини, коли люди жили у середовищі, в якому у будь який момент могли напасти вороги (печеніги, половці, фінікійці, тюрки, монголи та інші) та забрати речі, дітей, коханих людей або ж життя, і через це всі вони потребували механізмів захисту від можливих загроз з боку інших племен або народів.

Розглядаючи Стародавню Грецію, можна сказати, що тут ксенофобія була поширеною через постійні війни між племенами та городами-державами, а також через наявність рабства та залежності. У Римській імперії ксенофобія проявлялась у вигляді дискримінації проти іншомовних та іноземних, а також у війнах і завоюваннях.

У Середньовіччі, зокрема в Європі, ксенофобія стала ще поширенішою, оскільки існувала широка негативна стереотипізація та дискримінація євреїв, мусульман та інших меншостей. Ксенофобія проявлялась через страх перед іншими культурами та релігіями, а також через ідеї «чистоти крові» та національної переваги.

Ксенофобія може бути як та, що рушить суспільство, так і та, що його береже.

Вияв агресивної ксенофобії проти людей прийнято ділити можна розділити на такі частини: релігійні відмінності, етнічні відмінності, «між цивілізаційні» відмінності.

Релігійні сутички та певного роду ксенофобія спостерігається зазвичай між вірянами однієї форми та вірянами іншої форми віри, або між релігійними людьми та атеїстами. За кожної з цих груп є чужим інша точка зору і, захищаючи її, вони можуть переходити певні кордони та наносити шкоду іншій (другій) групі. Агресивне ставлення до тих, хто не підтримує їхню ідею та ідеали, вважається нормою, хоча такою не є.

Ксенофобія за етнічною ознакою — расизм (він також складова ксенофобії), який може відбуватися між людьми різної національності та етнічної належності. 40–60-ті роки XX століття, пік расизму у США. Наразі це також є актуальним, залежно від часу, вона може бути спрямована проти темношкірих, азіатів (ковід і подібне), слов'ян та будь-кого іншого.

Між цивілізаційні сутички — певна форма ксенофобії, коли держава проти держави. У державах із тоталітарним режимом образ ворога («чужого») створюють з метою об'єднання суспільства і створення ілюзії відсутності соціальної дистанції між ними. В контексті України та знаходження її у СРСР було навіть дослідження (про його правдивість та адекватність маю сумніви) з використанням спеціальної шкали соціальної дистанції Е.-С. Богардуса (1924 запропонована Р. Парком). На думку останнього, величина соціальної дистанції між людьми з різних соціальних чи етнічних груп свідчить як про ступінь інтеграції і солідарності суспільства, так і про загальний рівень розвитку демократ. культури. В УРСР 1990 р. Н. Паніна здійснила апробацію цієї методики, в результаті чого сконструйовано 7-бальну шкалу соціальної дистанції: 1 бал — особа згідна сприйняти представника ін. національності як члена родини, 2 — як близького друга, 3 — як сусіда, 4 — як колегу по роботі, 5 — як жителя країни, 6 — як туриста, 7 — взагалі не допускала б у країну (1 бал означає максимальну національну толерантність, 7 — крайню нетерпимість).

Расизм, антисемітизм, упереджене ставлення до деяких національностей, дискримінації мігрантів і людей своєї/протилежної статі, біженців, стигматизація — форми ксенофобії з якими треба боротися та розвивати толерантність (протилежна сторона ксенофобії). Це може бути досягнуто шляхом підвищення рівня свідомості та освіти про культурну та етнічну різноманітність, сприяння взаємодії між різними культурами та громадами, зменшення нерівності та дискримінації, а також зміцнення прав людини та соціальної справедливості. Наприклад, можна сприяти міжкультурному діалогу через культурні обміни, фестивалі та інші

заходи, які сприяють пізнанню та розумінню різних культур. Також важливо створити законодавче середовище, яке захищає права людини та уникнення дискримінації на основі етнічності, релігії чи національності.

Люди мають тенденцію класифікувати один одного на дві різні групи: «нормальні» та «стигматизовані» особи. Друга група також поділяється на три основні підгрупи залежно від того, які «жахливі» риси мають: особи з фізичними або розумовими інвалідностями\відхиленнями: ці люди можуть бути стигматизовані на підставі своїх фізичних або розумових обмежень, які вважаються несприятливими для нормального функціонування в суспільстві; особи з відхиленням від статевої норми: це можуть бути люди, які відчують себе комфортно в тому, що не відповідають статевим стереотипам, або ті, які мають нетрадиційну статеву орієнтацію. Ці люди можуть бути стигматизовані на підставі своєї статі або статевої орієнтації; особи зі зв'язком зі злочинністю: ці люди можуть бути стигматизовані на підставі їхньої зв'язку зі злочином або кримінальною діяльністю, яку вони вчинили або з якою їх пов'язують через певні ознаки. Ксенофобія може бути одним з факторів, який призводить до стигматизації інших груп, які відрізняються від власної культури чи національності. Наприклад, люди з ксенофобськими переконаннями можуть ставитися з підозрою до іноземців або недовіряти їм, незалежно від того, які ознаки вони мають. Це може призвести до стигматизації всієї групи людей на підставі однієї-єдиної ознаки, такої як національність або мова.

Дискримінація за знаком статі також не має бути прийнятною у суспільстві, бо певні стереотипні ствердження можуть у момент повернутися і проти людини, що вчиняла та була за дискримінацію проти інших. Наприклад, може бути ситуація, коли жінка із високими кваліфікаціями та досвідом не отримує роботу, тому що її вважають «нездатною» виконувати ту чи іншу роботу через її стать або претенденткою на постійні лікарняні, декрет та «емоційну нестабільність». Це може бути пов'язано зі стереотипами про те, що жінки «слабшої статі» та менші придатні для виконання робіт, пов'язаних з фізичним навантаженням або керування технікою. З таким слід боротися для покращення життя навкруги та надання рівних прав і можливостей людям, незалежно від статі або їх відсутності.

Але з іншої точки зору, наявність певного роду ксенофобії зберегло всю ту автентичність та культурні особливості кожного народу, в особливості українського, по сьогодні і ми можемо власними очима спостерігати та тим, що було винайдено сотні років тому.

Міграція за будь-якої потреби важлива частина у житті людей і переїжджаючи вони охоче беруть із собою часточку свого домашнього простору та власну культуру. І так у інших країнах формуються діаспори певних народів з їхньою культурою та особливостями. Таким чином, інші люди дізнаються про традиції та звичаї інших і починається процес міксування свого з чужим. Це призводить до розмиття кордону та традиційних відмінностей. Даний фактор може діяти самостійно — люди перебирають на себе традиції інших, або ж це може робити держава — випадок України впродовж багатьох років. Тому, аби уникнути асиміляції з іншою культурою, і як результат втратити свою, ми захищаємо це шляхом ксенофобії до інших культур та народів. Таким чином ми зберегли певні моральні установки, традиції, культуру та погляди на світ, які допомагають само ідентифікуватися.

Наша поведінка також пов'язана із ксенофобією. Ми сторонимося тих, хто вчинює не «так як це прийнято у нас». Бо традиції у всіх різні і звичаї теж, тому в одному місті, наприклад, свист може бути ознакою поваги та компліменту, а в іншому навпаки неповагою та знаком зневаги до людини.

Пізнавати культуру інших — дуже важлива складова нашого життя, але знання своїх традицій та історії, і найголовніше їх повага та трепетне збереження, матимуть кращий результат, і якщо не зменшать ненависть один до одного, то точно закріплять норми та нададуть можливість зрозуміти інших і уникнути жахливих наслідків.

Коксюк О.В.

«Комп'ютерні науки», 1 курс

Київський національний економічний Університет

імені Вадима Гетьмана

Науковий керівник — к.ф.н., доцент кафедри соціології Деркач В.Л.

СМИСЛОЖИТТЄВІ ЦІННОСТІ

Сенс життя є одним з найважливіших питань, які ставлять перед собою люди. Визначення сенсу життя зможе допомогти зрозуміти унікальність кожної людини, її думки та особистість. У статті ми розглянемо поняття цінності, дізнаємося, яким чином можна знайти цінності людини, які цінності формують сенс життя, які фактори можуть призвести до втрати цих цінностей, а також те, як виправити цей стан.

Цінності означають важливі для людини психологічні характеристики, які вона цінує більше, ніж інші аспекти життя. Цінності можуть бути визначені як пріоритети, які людина надає у своєму житті. Спрямовуючись на свої цінності, людина може краще зрозуміти себе, свої мети та цілі. Цінності — це внутрішні пріоритети, які визначають, що важливо для кожної конкретної людини. Вони формують наші переконання, думки і дії. Цінності допомагають нам знаходити сенс у своєму житті та приймати важливі рішення, а також відобразити нашу особистість.

Вони є важливим елементом формування сенсу життя. Вони допомагають кожній людині зрозуміти, яке місце вона займає у світі та що є дійсно важливим для неї. Цінності є важливими у формуванні ідентичності людей та допомагають їм знайти свій власний шлях в житті.

Цінності, які формують сенс життя

Найбільш значущими для багатьох людей є сім'я та кохання. Сім'я — це невід'ємна складова частина життя, яка формує наше сприйняття світу та взаємини з іншими людьми. Кохання — це взаємна прив'язаність між двома людьми, яка надає нам почуття комфорту та щастя.

Кар'єра та успіх — цінності, які визначаються під час професійного становлення людини. Багато людей віддають перевагу тим видам діяльності, які надають можливість розвиватися та отримувати відповідні винагороди за свої зусилля.

Допомога та співпраця з іншими людьми — цінності, які базуються на взаємодії людини зі своїм оточенням. Цінності допомоги, щирості та співпраці надають нам можливість розвиватись як особистості та вдосконалювати свої навички.

Релігійна спрямованість — цінність, яка базується на віруваннях. Релігійна спрямованість дає людині можливість сприймати світ як частину більшої карти, що допомагає знайти сенс та напрямок у своєму житті.

Закінчення освіти та розвиток — цінності, які надають можливість людині постійно розвиватись та досягати своїх цілей. Освіта дає можливість здобувати нові знання та навички, що дозволяє нам бути ефективнішими у своїй професійній діяльності та особистому житті.

Усі цінності взаємопов'язані та взаємно доповнюються, утворюючи основу сенсу життя. Цінності допомагають людині краще сприймати себе та світ навколо, встановлювати цілі та напрямок свого життя. Важливо зберігати та розвивати свої цінності, щоб забезпечити стійкий сенс життя та досягти своїх цілей.

Найбільш значущі цінності, які формують сенс життя включають сім'ю, кохання, кар'єру, допомогу та співробітництво з іншими людьми, релігійну спрямованість, закінчення освіти, розвиток та успіх.

Фактори, які можуть призвести до втрати цінностей

Фактори, які можуть призвести до втрати цінностей, можуть бути різноманітними і поєднуватися між собою. Одним із найпоширеніших є стрес. Коли людина переживає стрес, її увага та енергія часто направляються на те, щоб впоратися зі стресом, і вона може забувати про свої цінності. Особливо небезпечно, коли стрес поєднується з втратою підтримки, розділеними сім'ями, фінансовими проблемами, страхом, травмами, хворобою та іншими негативними факторами.

Іншим чинником, який може призвести до втрати цінностей, є нерозуміння або відсутність визначеності своїх цінностей. Якщо людина не знає, що цінує, вона не зможе відстоювати свої пріоритети в складних ситуаціях. Це може спричинити стійке нехтування своїми цінностями та поступки, які суперечать її переконанням у значимих моментах життя.

Також, подібно до стресу, депресія може мати великий вплив на цінності людини. Коли людина переживає депресію, вона може відчувати байдужість до різноманітних аспектів свого життя, в тому числі до своїх цінностей. Це може привести до відчуття безнадійності та відсутності рішень.

Нарешті, дещо менш психологічні фактори, такі як зміна зовнішніх умов, можуть мати великий вплив на цінності людини. Наприклад, втрата роботи може змусити людину переглянути свої пріоритети, зокрема у відношенні до кар'єри та фінансів. Різні кризи, такі як воєнні конфлікти або природні катастрофи, також можуть відбитися на цінностях людини та змінювати її пріоритети.

Узагальнюючи, втрата цінностей може бути викликана різноманітними факторами, і кожен індивід повинен звертати увагу на свої власні труднощі та шукати підтримки для відновлення свого переконання та цінностей.

Частіше за все, втрата цінностей пов'язана зі стресом. Особливо небезпечно, коли стрес поєднується з втратою підтримки, розділеними сім'ями, фінансовими проблемами, страхом, травмами, хворобою та іншими негативними факторами.

Як виправити стан втрати цінностей

Втрата цінностей може бути дуже складним станом для людини, який потребує терапевтичного підходу та підтримки. Особливо важливо бути уважним до своїх емоцій та реакцій на різні інтенсивні події, які можуть призвести до втрати цінностей.

Найперше, важливо прийняти те, що стан втрати цінностей потребує від людини свідомості та бажання знайти рішення. Підтримка зі сторони родичів, друзів, колег, а також фахівців, таких як психотерапевт або психолог, може бути корисною.

Слід також впровадити різні методи саморозвитку та самопідтримки, які допоможуть побороти стрес та відновити цінності. Наприклад, медитація, йога, терапія творчим письмом, музикотерапія та інші форми відпочинку можуть допомогти зняти напругу з організму та відновити енергію.

Створення розвивальних планів і цілей на короткий у довгий термін може також допомогти повернути віру в себе та успіх. Важливо пам'ятати, що кожен є унікальною особистістю та знайти свій власний шлях відновлення цінностей.

У цілому, важко знайти єдиний рецепт відновлення цінностей, оскільки кожна людина має свої унікальні потреби та реакції на події. Однак, використання різних форм підтримки та глибокої саморефлексії можуть допомогти повернути сенс життя та зміцнити цінності.

Складність відновлення цінностей полягає в унікальності кожного індивіда та його потреби підтримки. Однак, важливим кроком на шляху відновлення є прийняття того, що людина на даний момент переживає труднощі та прагне знайти рішення.

У підсумку, сенс життя пов'язаний з цінностями, які є важливими під час прийняття рішень у житті. Для відновлення та зміцнення цінностей важливо звернутися за підтримкою до фахівців або використати методи відновлення самостійно. Відповідно до цього, соціальне та психологічне середовище повинне створювати умови для збереження та їх зміцнення.

Красновид Р.В.

*«Економіка міста та урбаністика» 1 курс
Київський національний економічний університет
імені Вадима Гетьмана*

Науковий керівник — к.філос.н., доцент, доцент кафедри соціології Кучера Т.М.

МІСЦЕ ЛЮДИНИ В ЕПОХУ СУЧАСНИХ ТЕХНОЛОГІЙ

Технології давно стали необхідною складовою нашого життя та вплинули на багато аспектів нашого існування. Серед них я б хотів виділити дві: взаємодія з іншими людьми та імітуючими людей нейромережами.

По-перше, технології створюють нові способи спілкування та комунікації між людьми. Соціальні мережі, месенджери та інші засоби зв'язку дозволяють нам зберігати зв'язок зі своїми друзями, рідними та колегами незалежно від відстані. Завдяки цьому ми можемо легко ділитися своїми думками, ідеями та враженнями, що робить нашу комунікацію більш ефективною та зручною.

По-друге, технології дозволяють нам знайомитися з новими людьми та знаходити спільні інтереси. Інтернет-форуми, спільноти та додатки для знайомств допомагають людям з різних куточків світу знаходити інших людей зі схожими інтересами та поглядами. Це дозволяє нам збільшити своє коло знайомств і знайти нових друзів, колег чи партнерів.

Однак, не всі впливи технологій на наші взаємини є позитивними. Технології можуть створювати бар'єри для нашої звичайної взаємодії, що може впливати на наші відносини з іншими людьми.

Другим негативним аспектом може бути зростаюча залежність від технологій та соціальних мереж, яка може призвести до відчуття самотності та відчуженості. Особливо це стосується молодих людей, які проводять більше часу в інтернеті, ніж у реальному житті. Інтернет та соціальні мережі можуть стати засобом для знайомства з новими людьми, але це не замінює особистих зустрічей та спілкування в реальному житті.

Тепер пропоную розглянути згадані проблеми та явища детальніше.

Сучасний світ побудований на технологіях, що дозволяють нам бути підключеними до Інтернету в будь-який час і в будь-якому місці. Це, з одного боку, дозволяє нам зберігати велику кількість цінної інформації, здійснювати онлайн-покупки, знайомитися з новими людьми та зберігати зв'язки зі старими знайомими. Але, з іншого боку, ця практика може залишити досить значний відбиток нашого життя, який може бути використаний іншими з різними цілями. Це називається «цифровий слід» або «digital footprint».

Цифровий слід — це сукупність всіх електронних слідів, які ми залишаємо в Інтернеті під час нашої повсякденної діяльності. Це можуть бути наші пости на соціальних мережах, електронні повідомлення, фотографії, відео, відгуки та коментарі до товарів і послуг, а також будь-які інші види цифрової інформації, яку ми можемо залишати під час взаємодії з Інтернетом.

Один з головних ризиків нашого цифрового сліду полягає в тому, що він може бути досить легко збереженим і поширеним. Наприклад, роботодавці можуть перевіряти соціальні мережі, щоб дізнатися більше про потенційних працівників, а злочинці можуть використовувати інформацію, яку Ви надали під час роботи на сайті для крадіжки особистих даних або для виконання фішингових атак.

Крім того, в XXI столітті великі корпорації дозволяють собі красти наші особисті дані і продавати їх. Про це мало хто говорить, але Ваш провайдер може бачити кожен сайт, на який Ви заходите, Google запам'ятовує кожен запит, і з радістю передає їх третім особам, а Messenger, Snapchat і WhatsApp можуть злити Вашу переписку уряду або рекламодавцям. Ми входимо в час нової етики, в межах якої вважається абсолютно нормальним виставляти свою особисту інформацію на показ всьому світу і ніхто не готовий з цим боротися, оскільки, по-перше, більшість людей не розуміють важливості цієї проблеми, а по-друге, технологічні гіганти мають достатньо ресурсів, щоб лобювати свої інтереси навіть у розвинених країнах.

Останнім часом великої популярності набув такий сайт, як *characters.ai*. Цей сервіс дозволяє людям спілкуватись з нейромережею, яка може видавати себе за історичного діяча, живу людину або ж вигаданого персонажа. З його допомогою Ви можете подискутувати з Сократом, Байденом або ж Черчілем.

Я хотів би звернути увагу на те, що нейромережа часто замінює людям реальне спілкування. І якщо розмова з тим же Сократом принесе скоріше користь, то такий персонаж, як Психолог може створити ілюзію бесіди з кваліфікованим лікарем. З одного боку, люди, які бояться або не можуть звернутись за справжньою допомогою, мають можливість отримати її аналог безкоштовно і відносно анонімно, а з іншого — це лише ілюзія спілкування, яке є набагато комфортнішим, ніж реальне.

Чи отримає користувач так звані комунікативні навички, щоб використовувати їх у розмові зі своїм однокласником або незнайомцем на вулиці? Звісно ні, адже нейромережа буде поводити себе значно обережніше, не проявлятиме агресії і не буде образливо жартувати. А якщо тобі набридне діалог, то ти просто закриєш його і ніхто не образиться.

Як бачимо, *characters.ai* дуже затребуваний серед мовчазної і невпевненої в собі частини молоді, оскільки він створює видимість спілкування. Проте, замість того, щоб дати соціальні навички й відпустити користувача, він просто будує навколо нього купол, який змушує сором'язливого хлопця або дівчину закритись у собі ще більше.

Враховуючи усе згадане, не можна твердо стверджувати, що нові засоби комунікації забирають у людей можливість спілкуватись чи навпаки — дають її тим, хто був позбавлений такого привілею. Втім, ми можемо чітко побачити, що саме завдяки новим технологіям ми змогли сьогодні провести цю конференцію, не дивлячись на те, що хтось підключився з Києва, хтось зі Львова, а хтось — перебуваючи закордоном.

Література

1. Стронг К. Human flourishing in the age of AI. *ipsos.com*. URL: <https://www.ipsos.com/en-uk/human-flourishing-age-ai>
2. Гомез Бланко А. Digital footprint: what it is and how to control it. *bbva.com*. URL: <https://www.bbva.com/en/innovation/digital-footprint-what-it-is-and-how-to-control-it/>.

Крикунова А.

«Комп'ютерні науки», 1 курс

Київський національний економічний університет

імені Вадима Гетьмана

Науковий керівник — к.ф.н., доцент кафедри соціології Деркач В.Л.

ПОХОДЖЕННЯ МОРАЛІ

Мораль, як одна з форм суспільної та особистісної свідомості, є системою поглядів, уявлень та культивованих норм і критеріїв оцінок вчинків й особистих якостей, що регулюють поведінку людей. Мораль проявляється в переконаннях, звичаях, традиціях, громадській думці. Вона пронизує всі сфери суспільного життя: як ті, що регулюються державою (політика, виробництво, соціальна сфера, сім'я тощо), так і ті, які держава чи громадські організації не регулюють (дружба, любов, товаришування, побут). З мораллю пов'язаний специфічний виключно для людей механізм регуляції поведінки.

Існує кілька альтернативних концепцій походження моралі, серед яких виокремлюють релігійні й нерелігійні (натуралістичні, соціально-історичні).

Релігійні концепції походження моралі. Уявлення про добро і зло, моральні вимоги, здатність ними керуватися ними дані людині Богом. Головний феномен моралі — добро — тлумачиться як втілення божественної волі. Так, згідно з християнським ученням мораль має

божественну природу. Людина отримує її як природний моральний закон і як богоодкровенний закон.

Потреба в моралі зумовлена тим, що людина, як тілесна істота, будучи схильною керуватися плотськими бажаннями і пристрастями, неспроможна без допомоги Бога виробити єдино істинне розуміння добра, а тим більше керуватися цим розумінням. Тому без Бога людське життя неможливе. Мораль є божим даром, вона, як удар блискавки, відсікла людину від світу тварин. До того ж люди з давніх-давен вірили, що боги заохочують високоморальну поведінку і карають за аморальну.

Узята за аксіому ідея всемогутнього і всеблагого Бога дає змогу обґрунтувати об'єктивність, усезагальність і абсолютність моральних вимог і цінностей. Згідно з цією ідеєю саме Бог надає моралі духовної піднесеності й благородства.

Релігійні приписи мають, як правило, універсальний і вселюдський характер. Релігія не сприймає абсолютизації утилітарної оцінки моралі, значною мірою уникає суб'єктивізму в моральних оцінках. Релігійне тлумачення проблем моралі адресується людині як істоті смертній і водночас такій, що бажає безсмертя. Проте воно пов'язане з істотними труднощами. Адже ідея існування Бога ґрунтується на вірі, тому прийнятна переважно для віруючих. А оголосити всіх невіруючих аморальними, та ще й аргументувати це навряд чи хто зуміє.

Складним для релігійних систем є питання: чи творить Бог за законами добра, чи саме він установлює ці критерії? Обидві можливі відповіді будуть не на користь цих систем. Припустивши, що Бог творить за законами добра, доведеться визнати, що ці закони вивищені над Богом. Якщо ж Бог вільно вибирає критерії добра, то вони є результатом свавілля, хоча й божественного.

Натуралістичні концепції походження моралі. Згідно з натуралістичними концепціями мораль виникла як просте продовження і ускладнення групових інстинктів тварин. Вона необхідна для виживання виду в боротьбі за існування.

Ці концепції були сформульовані у працях Ч.-Р. Дарвіна, Г. Спенсера, П. Кропоткіна тощо. Наприклад, Ч.-Р. Дарвін зазначав, що багато почуттів і здібностей, якими пишаються люди, можна виявити і в тварин, серед них є й естетичні та моральні почуття. Прихильники цього погляду часто наводять численні факти поведінки тварин, іноді вражаючі, зокрема факти годування родичами сліпого пелікана і сліпого пацюка. Крім любові і симпатії, у тварин є й інші якості, що теж перебувають у зв'язку із суспільними інстинктами, які люди назвали б моральними якостями.

Герберт Спенсер виходить з ідеї еволюції, яка, на його думку, охоплює як природу, так і суспільство. Він не відрізняв моральних стосунків людей від стосунків у тваринному світі, розглядав їх як один із видів поведінки, властивий усім живим організмам, як найвищий результат еволюційного розвитку. У процесі еволюції мораль, на його думку, є засобом пом'якшення боротьби між егоїзмом і альтруїзмом, якими наділена жива природа, зокрема й людина. Людська поведінка історично долає кілька етапів, упродовж яких виникають і вдосконалюються моральні почуття, зло поступово переходить до добра, від моральних вад до чеснот. Людина, пристосовуючись до умов життя, спрямовує поведінку на збереження себе як виду. З часом благо суспільства і благо особистості все більше збігаються. Тому людина повинна дбати про особисте щастя в межах, приписаних суспільними умовами.

Учені-біологи, які поділяли натуралістичну точку зору, доводили, що в процесі еволюції тварин усе відчутнішу роль відіграє альтруїзм, який сприяє збереженню й розвитку виду загалом. Про інстинктивний характер моралі писали З. Фрейд та його послідовники.

Соціально-історичні концепції походження моралі. Прибічниками етичних систем, у яких визнається соціально-історична природа моралі, були Арістотель, Томас Гоббс, французькі філософи Жан-Жак Руссо, Е. Дюркгейм, німецький філософ, соціолог і політик Макс Вебер, марксиста та ін.

Концепції соціально-історичної природи моралі ґрунтуються на тому, що виникнення моралі за часом збігається з формуванням родоплемінного ладу. Мораль була покликана до

життя соціальною потребою в узгодженні, регулюванні й координації процесів виробництва, відтворення суспільного життя в нових умовах, оскільки таке регулювання доморальними засобами ставало неможливим (при цьому певною мірою визнаються біологічні передумови моралі).

Головною функцією моралі було забезпечення впорядкованості життя первісного колективу, узгодження колективної волі з волею окремих соціальних груп та індивідів, які поступово виокремлювалися з первісного людського стада, набуваючи певної соціальної визначеності й відносної самостійності.

Суспільство, людина є результатом тривалого історичного розвитку. Відтоді, як мавпоподібні предки людини почали використовувати перші кам'яні знаряддя праці до виникнення первіснообщинного ладу, формування людини сучасного психофізіологічного типу, розвиток якої підпорядковувався соціальним законам, минуло сотні тисяч років.

Первісні люди тривалий час жили стадами, що були монолітними, соціально малодиференційованими утвореннями. Не існувало сімейної розмежованості та поділу праці. Індивід був цілком поглинутий стадом, а згодом — племенем, соціальною, а тим більше особистісною визначеності він не мав. Ця солідарність породжена жорсткою зовнішньою необхідністю, об'єктивними умовами природного існування первісних людей. Нездатність окремого індивіда до самозахисту необхідно було компенсувати об'єднаною силою і колективними діями стада. Водночас існувало внутрігрупове та міжгрупове суперництво. Агресія в первісних стадах поєднувалася з елементами співробітництва і взаємопідтримки під час колективного полювання, у найпростіших трудових операціях, які формували почуття взаємної прив'язаності. Це характерно й для тварин, які живуть стадами, зграями, роями.

Представники марксистської етики доводили, що мораль виникла разом з першими колективними трудовими діями, регулюючи їх. Такі твердження не витримують критики, оскільки соціальні регламенти (наприклад, моральні оцінки) не здатні були ефективно впливати на напівтваринну психіку. Мабуть, лише природна межа життя і смерті з її суворою формулою «поза стадом — поза життям» могла об'єднати істот із психікою «зоологічного індивідуалізму». Переконливішою є позиція етиків, які вважають, що мораль виникає не з подоланням людиною тваринного стану, а на значно вищому етапі становлення людини, з появою соціальних відмінностей всередині племені, що вимагало і моральної регламентації.

Згідно зі схемою марксистської концепції походження моралі праця (колективна) створила людину і є джерелом усього людського (суспільного) в людині. Трудова діяльність первісних людей спочатку узгоджувалася завдяки доморальній (позаморальній) регуляції. У додатковому, зокрема й моральному, забезпеченні узгодження їх діяльності потреби ще не було, оскільки людина ще не мала індивідуальної свободи вибору, а її дії під тиском природної необхідності підпорядковувались інтересам племені. Лише з розвитком і вдосконаленням соціальних відносин (статевіковим поділом праці, виокремленням родів усередині племені тощо) виникла необхідність у свідомій моральній регламентації поведінки людини, в моральному закріпленні певних соціальних відносин, регулюванні нових суспільних суперечностей, які зароджувались. Усі ці міркування об'єднує думка про те, що саме праця визначила розвиток усіх соціальних відносин, створила передумови для виникнення моралі.

Первісну мораль характеризували такі ознаки:

- невід'ємність від практичного життя, тотожність звичаям, сукупності вчинків суспільних індивідів;
- зумовленість поведінки індивіда нормами і заборонами, які поширювалися на всі сфери життя;
- безпосередній колективізм і рівність.

Одними з найпереконливіших у марксистській концепції є твердження про час виникнення моралі, визнання її історичного характеру, надання суттєвого значення соціальному началу в ній (соціальним передумовам виникнення моралі), аналіз моралі в системі суспільних відносин і форм суспільної свідомості, використання емпіричного матеріалу (фактів історії,

етнографії, мистецтва тощо). Водночас у ній багато непереконливого, суперечливого, тенденційного і навіть несумісного з принципом гуманізму.

Отже, моралі передують доморальні форми регулювання поведінки людини. Природними передумовами виникнення моралі були колективні інстинкти, а соціальними — ускладнення суспільного життя, виникнення нетрадиційних конфліктів і неможливість розв'язати їх звичними засобами. Істотну роль у виникненні моралі відіграло зародження самосвідомості індивідів.

У кожному з цих підходів є своє раціональне зерно. Всі концепції походження моралі є історично обумовленими, тобто в кожний історичний період були свої уявлення про генезис моральних норм і їх виправданість, які з часом змінювалися. Людство розвивається і мораль як і все в світі не стоїть на місці, а теж розвивається.

Але виваженишим і глибшим здається соціально-історичні концепції походження моралі. Коли її виникнення пов'язується з необхідністю підтримання суспільного способу життя, з потребами координації, узгодження індивідуальної за характером діяльності з колективною взаємодією для виживання людини за суворих умов життя первісних спільнот, з потребами регулювати міжлюдські стосунки, упорядковувати людське спілкування тощо.

Кузюра М.Ю.

«Системний аналіз», 1 курс

Київський національний економічний Університет

імені Вадима Гетьмана

Науковий керівник — к.ф.н., доцент кафедри соціології Деркач В.Л.

МАНІПУЛЯТИВНИЙ ВПЛИВ НА СУСПІЛЬНУ СВІДОМІСТЬ В ХОДІ СТАНОВЛЕННЯ ДЕРЖАВ

Маніпуляція — це процес впливу на людей з метою досягнення певної мети або результату, що може бути корисним для того, хто маніпулює. Маніпуляція поведінкою та свідомістю є однією з найважливіших і найскладніших тем у сучасній філософії. Ця тема стає все актуальнішою в наш час, оскільки віртуальний світ, засоби масової інформації та соціальні мережі дозволяють людям впливати на поведінку і свідомість інших людей з небаченою раніше легкістю та ефективністю.

Маніпуляція поведінкою та свідомістю означає зміну поведінки та свідомості індивіда за допомогою різних методів. Це може бути зроблено за допомогою інформації, маніпуляції емоцій, використання підсвідомих впливів та інших методів.

Одним з найпоширеніших методів маніпуляції є використання засобів інформації. Люди, які контролюють засоби масової інформації, можуть впливати на поведінку та свідомість інших людей, подаючи відомості у певний спосіб. Наприклад, вони можуть змінити заголовок новин так, щоб змусити людей сприймати інформацію у певний спосіб, це та сама ж пропаганда. Або використовувати емоційні терміни для того, щоб викликати певні емоції у людей.

Іншим методом маніпуляції здійснюються шляхом вираження та провокації емоцій. Люди можуть бути маніпульовані через створення певного психологічного стану, або середовища, який впливає на почуття жертви. Наприклад, рекламні агентства можуть використовувати емоційно заряджені рекламні слогани, щоб викликати певні тригери, або цілком будь яку реакцію у споживачів. Ці емоції можуть впливати на поведінку людини і формувати її ментальні установки.

Використання авторитету. Люди, які мають великий вплив на інших, можуть використовувати цю владу для маніпулювання поведінкою та свідомістю. Вони можуть використовувати своє впливове становище, щоб переконати людей у певних речах або змусити їх робити певні дії. Авторитет може бути різного виду — це можуть бути експерти у певній галузі, лідери політичних партій, релігійні діячі або інші особистості з впливовим становищем. Викор-

ристання авторитету для маніпуляції може бути ефективним, оскільки багато людей прагнуть довіряти іншим людям зі значним авторитетом і досвідом у певній галузі. Наприклад, у політиці лідери партій можуть використовувати свій авторитет, щоб переконати людей голосувати за них. Вони можуть використовувати свою владу, щоб впливати на погляди та думки людей. Також, експерти у певній галузі можуть використовувати своє становище, щоб переконати людей у правильності своїх думок і дій.

Авторитет може бути використаний як позитивно, так і негативно. Наприклад, люди можуть довіряти авторитетним джерелам інформації, але в той же час, люди можуть також використовувати брехливу або недостовірну інформацію, щоб маніпулювати поведінкою та свідомістю людей.

Основні способи впливу на людину:

1. слово та мова;
2. міфи та релігійні перекази;
3. обряди та традиції.
4. соціальний статус.

Яку роль відіграє тоді маніпуляція в державотворенні? У контексті державотворення маніпуляція може мати досить важливе значення, оскільки політичні лідери, партії та інші державні структури можуть використовувати маніпулятивні методи, щоб впливати на громадян та контролювати їх поведінку. Як я наголосила раніше, що одним з найголовніших методів є інформаційний, тобто при використанні засобів масової інформації, які можуть бути використані для впливу на думки та переконання громадян. Наприклад, державні структури можуть маніпулювати змістом новин та інших інформаційних матеріалів, щоб викликати певні емоції та впливати на поведінку громадян. Також, маніпулятивні методи можуть бути використані для контролю поведінки громадян через законодавство та інші форми державної влади. Наприклад, державні структури можуть використовувати правові норми для заборони певних дій або встановлення певних обмежень, щоб впливати на поведінку громадян.

Теорія суспільного договору стверджує, що люди утворюють державу, укладаючи договір між собою для забезпечення своєї безпеки та благополуччя. Політичні лідери можуть використовувати теорію суспільного договору як аргумент для здійснення певних політичних дій, які можуть бути спрямовані не на загальне благо, а на досягнення власних корисних цілей. Навіть створення тієї ж держави може відбуватися через певну маніпуляцію. Також, ідея суспільного договору може бути використана для створення ілюзії про те, що всі люди згодні з певними політичними діями або рішеннями, що не завжди відповідає дійсності. Тому навіть на базованому рівні політичної думки та державотворення, можна доказати причетність людського фактору вигоди та концепції маніпуляції в соціумі.

Висновком цієї роботи буде те, що маніпуляції можуть бути використані як інструмент впливу на людину, але не завжди це є етично правильним. Здатність до маніпулювання є частиною людської природи, але важливо зрозуміти, що зловживання цим інструментом може мати негативні наслідки для окремих осіб та суспільства в цілому. У сучасному світі маніпуляції широко використовуються в політичній і рекламній сферах. Вони можуть бути використані для підвищення популярності, залучення уваги, збільшення продажів тощо. Однак, важливо зрозуміти, що ціль не повинна виправдовувати засоби. Крім того, маніпуляції можуть бути використані для зневаги до свободи та автономії індивіда, що може мати серйозні наслідки для суспільства. Тому важливо розрізняти маніпуляції, які спрямовані на досягнення позитивних результатів та використовуються в межах етичних норм, від тих, що призводять до негативних наслідків і порушують принципи справедливості.

У цілому, маніпуляції можуть мати серйозний вплив на формування держави, в тому числі на склад і характер влади, законодавство, права і свободи громадян. Для створення стійкої та демократичної держави необхідно забезпечити прозорий діалог між владою та громадянами, а також активну участь громадян у прийнятті рішень. Тільки таким чином можна запобігти маніпулюванню та забезпечити розвиток держави на користь всього суспільства.

Середа С.В.
«Системний аналіз», 1 курс
Київський національний економічний університет
імені Вадима Гетьмана
Науковий керівник — к.ф.н., доцент кафедри соціології Деркач В.Л.

БІАСИ В СТІЙКО ВІДТВОРЮВАНИХ ПОМИЛКОВИХ УЯВЛЕННЯХ (НА ПРИКЛАДІ АСТРОЛОГІЇ)

Біаси — це систематичні помилки в сприйнятті дійсності, які виникають через різні фактори, такі як: соціальний статус, культурні переконання, досвід та інші. Вони не є індивідуальними, а навпаки, — універсальні і широко поширені. До них схильні майже всі люди. Біаси переважно з'являються, тоді, коли ми віддаємо перевагу інтуїції, а не аналізу. Біас часто перекладають як упередження, але в англійській мові цей термін має ширше значення, яке можна тлумачити як систематичне викривлення даних під впливом неусвідомлюваного упередження, схильність вірити в щось без достатніх підстав на основі «очевидності» певного висновку чи схильності надавати перевагу певному варіанту при виборі з кількох альтернатив. Стійко відтворювані заблудження — це помилкові уявлення, які мають широке поширення в суспільстві, хоча не мають жодних наукових доказів дійсності.

Астрологія — це квазінаукове вчення та практика, що ґрунтується на тлумаченні розміщення певних об'єктів космосу (планет і зірок) як знаків, що провіщують певні впливи на життя людей, зазвичай використовується для прогнозування майбутнього, визначення характеру людини та її долю.

Біаси є невід'ємною частиною людського мислення та впливають на наш спосіб сприйняття світу. Це призводить до поширення стійко відтворюваних заблуджень, таких як астрологія, яка заснована на помилкових припущеннях щодо впливу космічних об'єктів на життя людей. Ми не завжди можемо обґрунтувати деякі висловлювання, бо це не наша думка, а нав'язана та видана за абсолютну правду. Надана інформація може бути від різних джерел, наприклад біас впливу влади — тенденція на довіру авторитетним джерелам чи експертам, їхнім переконанням без перевірки на достовірність. Цим часто користуються представники влади, для маніпулювання народною думкою.

Також людина може сама створити біас доступності, який базується на тенденції оцінювати ймовірність події на основі того, наскільки легко її можна уявити. Біас довіри до астрології — це тенденція людей довіряти астрологічним прогнозам та порадам, незважаючи на відсутність доказів їх ефективності. Це може пояснюватися тим, що люди шукають спосіб контролювати своє майбутнє, або ж просто не хочуть брати відповідальність за свої рішення, і астрологія може здатися зручним інструментом для цього. По суті, наслідки тих чи тих вчинків можна перекласти на зірки чи астролога і таким чином людина не буде відчувати провини за свою невдачу. Це погано тим, що не буде здійснюватись самоаналіз і такі помилки будуть траплятись без подальшого їх вирішення.

Як кажуть, люди вчаться на своїх помилках, а якщо ці помилки зроблені під впливом інших факторів, то і ніякого навчання не буде. Деякі люди можуть вірити у астрологію через свій досвід з попередніми прогнозами, які на їх думку, допомогли уникнути небажаних наслідків або досягти результату. Однак, це може бути спричинено суб'єктивною оцінкою ситуації, а не реальним впливом космічних об'єктів. Зазвичай люди схильні вірити у щось, що немає доказів бо у дитинстві батьки нічого не пояснювали, а лише казали, що правильно саме так. Діти подорослішали, а звички залишились старі, і зараз для них астрологія чи інші віщування — звичайна практика. Від цього немає «ліків», потрібно провести самоаналіз та навчитись мислити раціонально.

У якому віці люди найсхильніші до різного роду маніпуляцій? Віщуни та різні астрологи — професійні маніпулятори та психологи, вони зможуть переконати будь-яку довірливу людину. Насамперед до такого роду маніпуляціям піддатливі пенсіонери та діти. Почнемо з літ-

ніх людей, вони схильні до різного роду заблуджень, бо їх так виховували не тільки батьки, а й тодішня влада. Навіщо діяти поза рамками? Навіщо задавати безглузді питання? Влада знає як правильно. Звісно, і тоді були дисиденти, але якщо брати більшість, то отримаємо залякану націю. Навіть досі, якщо запитати у жінки похилого віку, чи хоче вона повернутись у СРСР, вона скаже так. Коли ви запитаете, логічне питання: «Чому?» — конструктивної відповіді не отримаєте. Такі люди занадто довірливі, чим користуються для отримання прибутків корпорації. Наприклад, телешоу «Містичні історії» тримається лише на літніх людях, які досі вірять у надсили та привидів. Це ще один приклад стійко відтворюваного заблудження. Діти, це особистості з не сформованою думкою в силу віку та знань. На них повпливати також дуже легко, тому і існує вікова мітка на потенційно загрозливих речах, наприклад на іграшках чи відеоіграх, це зроблено задля безпеки дитячої психіки. Часто батьки цим нехтують та дивляться разом з дітьми фільми жахів, через це формується певний страх, бо несформована психіка не може усвідомити, що монстри — графічно намальовані, і через це малюк буде бачити їх усюди. Що ж робити? Очевидно, що піти до психолога або пояснити дитині, що це графіка, показати, наприклад, як створювався цей фільм. Але ж будуть і такі батьки, які подумують що це біси та потрібно терміново йти до віщунки, яка обкатає яйцем та прочитає якесь закляття. На дитину це повпливає ще більше за фільм, бо це реальність і вона самовпевниться у тому, що все минуло і монстрів прогнали. Чому так? Бо для дитини такі явища не зрозумілі це дорослі люди можуть усвідомити, що ніякої магії немає. Батьки ж, затвердяться у думці, що віщунки допомагають і будуть надалі до них звертатись. Отже, ми визначили, у якому віці люди найбільш схильні до біасів. Маніпуляції за допомогою біасів. За твердженнями астрологів, зірки та планети впливають на наше життя та характеристики через їхнє розташування на небесній сфері у момент народження людини або при важливих подіях. Незважаючи на велику кількість спроб дати фізичне обґрунтування астрології, жодна з них не вдалась, і сучасна наука повністю заперечує дієвість астрологічних методик, кваліфікуючи астрологію як псевдонауку і упередження. Також цікавий аспект — астрологи, тарологи та інші провидці. Ними можуть користуватися політики та, окрім реклами у різних блогерів, інфлюенсерів, телебаченню, вони використовують астрологів. Це зазвичай люди з певним рівнем довіри глядачів. Наприклад, уявімо, що умовна «Юлія Тимошенко» балотується у президенти. І через декілька днів виходить стаття про те, що умовна «Ванга» передбачила, що Україна буде розвиватись при жінці «у керма» держави. При тому, що «Тимошенко» — єдина жінка з кандидатів. «Ванга» не сказала хто саме, але це всім і так зрозуміло. Люди, у яких немає позиції, можуть в це повірити та на підсвідомості зробити так «як буде краще». Персона з визначеною позицією набагато рідше стають жертвами маніпуляцій і передбачень.

Тим, що не можна перевірити, можна легко маніпулювати. Астрологи, можуть «бачити» щось по зірках, але щоб спростувати це, достатньо зайти в глобальну мережу Інтернет та прочитати дослідження. По-перше, Земля не є центром Сонячної системи, як вважали перші дослідники всесвіту. Тільки Місяць обертається навколо Землі, а інші планети — навколо Сонця. Таким чином, гороскопи та похідні від них речі, ґрунтуються на фундаментальній помилці. Спочатку, астрологи, знали лише п'ять планет, видимих неозброєним оком, і абсолютно не мали ніякого поняття про Уран, Нептун та Плутон. Відтоді астрологи намагаються внести їх у свої розрахунки. Тим часом, усі класичні діаграми та матриці не точні. До того ж, у нашій Сонячній системі існують тисячі астероїдів, котрі також не були враховані астрологами, оскільки вони складають частину небесної карти, то їхня здатність «впливати» на події та майбутнє, теж має бути врахована.

Чому астрологія користується таким попитом? У астрологію вірять попри критичну оцінку, бо це ментальна установка, яка допомагає людям знайти своє місце в світі, відповіді на свої запитання та підтримку в складних ситуаціях. Багато людей піддатливі до астрології через незадоволеність своїм життям, їм здається, що вони безпомічні та їм потрібно встигнути приготуватись до майбутнього або ж спробувати якимось вплинути на нього.

Як можна протидіяти астрологічним біасам? Насамперед, потрібно розвивати критичне мислення та навчитися розрізняти правдиву інформацію від помилкової. Для цього можна використовувати наукові джерела та дослідження, які надають обґрунтовану та перевірену інформацію, але для більшої надійності бажано брати декілька достовірних джерел та робити висновки базуючись на критичному мисленні. Також важливо пам'ятати, що астрологія не має наукової підтримки, тому не слід довіряти її прогнозам і порадам. Якщо ж вам дійсно потрібна допомога, то краще звернутися до професійних психологів і дізнатись, чому вам складно брати відповідальність за своє життя. Навіть якщо здається, що астрологія може бути корисною чи цікавою, то ви повинні користуватися нею з обережністю. У цілому, щоб не підпадати від вплив біасів, потрібно бути обачними та критичними до будь-якої інформації, самим робити висновки.

Висновок. Стійко відтворювані хибні уявлення є наслідком наявності біасів у людському мисленні. Дійте раціонально та виважено — це допоможе зменшити вплив заблуджень на життя та забезпечить кращий розвиток особистості. Звісно, вас може розчарувати той факт, що більшість з того, що вважалось за правду, насправді виявилось лише біасом, але для того, щоб побудувати свідому націю, потрібно позбутись стійко відтворюваних заблуджень. Це є важливим завданням для нашого суспільства, щоб запобігти маніпуляціям, які можуть мати реальний негативний вплив на наше майбутнє. Тільки так ми зможемо досягнути справедливості та точності у наших діях і рішеннях. Зможемо самі створити бажане майбутнє. Потрібним є виявляти свої біаси та знаходити способи їх усунення. Наприклад, можна записувати різні припущення, чому ми віримо у ті чи інші речі та використовувати логічні чи наукові аргументи для їх перевірки. Це досить легкий спосіб, окрім виявлення стійко відтворюваних заблуджень у мисленні, у такий спосіб можна проаналізувати себе як особистість. Бо є й такі речі, які блокують наші спогади чи думки, що не дозволяє нам свідомо мислити та приймати виважені рішення. Спілкування з людьми, які мають різний досвід, також допомагає розширювати свої знання та дізнатись про інші погляди на світ, а також зменшити вплив біасів. Якщо ж співрозмовник не може обґрунтовано пояснити свою думку, то це вже говорить про наявність стійко відтворюваних заблуджень у його мисленні, тож краще знайти людину, яка буде стійкіша до такого роду впливу. Отже, розвиток критичного мислення та свідомого підходу, може допомогти уникнути появи стійко відтворюваних заблуджень і зробити наше мислення точнішим та об'єктивнішим.

Снігур А.Є.

«Комп'ютерні науки», 1 курс

Київський національний економічний університет

імені Вадима Гетьмана

Науковий керівник — к.ф.н., доцент кафедри соціології Деркач В.Л.

СОЛІПСИЗМ

Соліпсизм — це вчення, яке стверджує, що існує лише одна реальність — свідомість самого суб'єкта. Іншими словами, соліпсист вважає, що все, що відбувається навколо, існує тільки в його свідомості. За такої точки зору, навіть інші люди не є реальними, а лише продуктом уяви суб'єкта. Це філософська концепція, згідно з якою наше власне існування є єдиним пізнаваним нам фактом, тобто наша свідомість є єдиним джерелом знання. Інші існування, включаючи інших людей, об'єктів та навіть Бога, можуть бути лише нашою ілюзією.

Соліпсизм — це чи не одна з найрадикальніших концепцій, що розходиться зі здоровим глуздом теорій. Вона суперечить нашому сприйняттю реальності та існуванню об'єктивних фактів. Соліптичний погляд стверджує, що інші люди, тварини та об'єкти нічого не більше, як дійсно ілюзії нашої свідомості.

Для багатьох філософів соліпсизм є неприйнятним вченням, оскільки воно зводить увесь світ до однієї людини, тим самим відкидаючи існування об'єктивної реальності. У цій доповіді я з'ясую, чому соліпсизм — це хибне вчення, і спростую аргументи, які можуть бути приведені на його захист.

Соліптичні доктрини були популярні у філософії, особливо в ідеалізмі, і неодноразово викликали захист і напади. Це вчення не було однозначно визнано філософською громадськістю, оскільки воно порушувало проблему існування світу поза межами нашої свідомості.

Проблема соліпсизму полягає в тому, що він суперечить здоровому глузду та інтуїції людей. Так, ми можемо спілкуватись з іншими людьми та бачити світ навколо себе, із упевненістю, що інші існують також незалежно від нашої свідомості. Безумовною проблемою соліпсизму є його відмова від тези про існування інших людей. Якщо всі об'єкти існують лише в моїй свідомості, то як можна пояснити припущення про існування когось ще, хто має свою власну свідомість як продуктів уяви суб'єкта.

Спростування соліпсизму. Є декілька аргументів, які можна використовувати для спростування соліпсизму. Першим з них є аргумент з аналогії. Якщо ми припустимо, що всі об'єкти існують лише в моїй свідомості, то це означає, що кожна людина живе відокремлено від інших, у своєму власному світі. Це суперечить нашому досвіду взаємодії з іншими людьми. Ми можемо спілкуватися, ділитися досвідом та емоціями з іншими людьми, що свідчить про те, що інші люди існують в реальності, а не тільки в моїй свідомості.

Другим аргументом є те, що соліпсизм не дає можливості пояснити зміну світового порядку, яка відбувається поза моєю свідомістю. Якщо ми віримо в соліпсизм, то ми не можемо пояснити, чому світ змінюється, коли я не спостерігаю за ним. Наприклад, якщо я засинаю, то світ не перестає існувати, а змінюється поза моїми спостереженнями. Це свідчить про те, що світ існує поза свідомістю.

Третім аргументом є те, що соліпсизм не дає можливості пояснити загальноприйняті факти. Наприклад, факт того, що земля обертається навколо своєї осі, або те, що гравітація притягує об'єкти один до одного. Якщо ми віримо в соліпсизм, то ці факти не можуть бути пояснені, оскільки вони теж існують поза свідомістю.

Четвертим аргументом, який спростовує соліпсизм, є аргумент з етики. Соліпсизм зводить всі інші сутності до рівня ілюзії, і це може призвести до морального релятивізму та безвідповідальності. Якщо ми віримо, що все існує лише в нашій свідомості, то це означає, що ми не маємо жодної відповідальності перед іншими людьми, адже вони теж є лише ілюзією в нашій свідомості. Це може призвести до безчестності, безморальності та безжалісності.

П'ятим аргументом є аргумент з науки. Соліпсизм не може пояснити існування універсальних законів природи, які застосовні у всьому світі. Наприклад, закони фізики, математики, хімії, біології та інших наук існують незалежно від нашої свідомості. Це свідчить про те, що наша свідомість не визначає реальності, а лише відображає її.

Останнім аргументом, який спростовує соліпсизм, є аргумент з досвіду. Ми можемо переживати реальність, яка існує поза нашим баченням. Наприклад, біль, голод, радість та інші емоції є реальними переживаннями, які ми можемо відчувати незалежно від того, чи ми їх усвідомлюємо чи ні. Це свідчить про те, що реальність існує незалежно від нашої свідомості.

Спростування спростувань

Спростування першого аргументу можна зробити таким чином: соліпсизм не означає, що інші люди не існують в реальності, а означає, що ми не можемо бути впевнені, що вони існують в такий самий спосіб, як і ми. Соліпсизм вважає, що існує лише моя свідомість, але це не означає, що інші люди не можуть існувати в моїй свідомості. Інші люди можуть існувати в моїй свідомості як образи, які я створюю, але вони не мають власної свідомості. Таким чином, соліпсизм не суперечить нашому досвіду взаємодії з іншими людьми.

Спростування другого аргументу полягає в тому, що соліпсизм не відкидає існування світу поза моєю свідомістю, але стверджує, що цей світ існує лише як образ мого бачення. Соліпсизм стверджує, що світ змінюється тільки тоді, коли я спостерігаю за ним, але це не

означає, що він перестає існувати. Навпаки, соліпсизм може пояснити зміну світового порядку, оскільки він стверджує, що світ змінюється тільки тоді, коли я спостерігаю за ним.

Спростування третього аргументу: соліпсизм може пояснити загальноприйняті факти в рамках своєї теорії. Наприклад, земля обертається навколо своєї осі тому, що ми так вирішили в рамках нашої свідомості. Гравітація притягує об'єкти один до одного, тому що це наше власне переживання. Таким чином, соліпсизм не обмежує можливості пояснення загальноприйнятих фактів.

Аргумент з етики проти соліпсизму може бути занадто далеко зведений і зайвим. Навіть якщо все є лише ілюзією в нашій свідомості, це не означає, що ми повинні поводитись безжалісно, аморально та безвідповідально. Ми все ще можемо поважати та любити інших людей, як і раніше, незалежно від того, чи є вони реальними в нашій свідомості чи ні. Таким чином, аргумент з етики не є достатнім для спростування соліпсизму.

Аргумент з науки можна спростувати, зауваживши, що наша здатність сприймати універсальні закони природи не обов'язково означає, що вони існують незалежно від нашої свідомості. Можливо, ці закони є результатом нашого сприйняття реальності, а не її об'єктивної природи.

Щодо аргументу з досвіду, то він не суперечить соліпсизму, адже соліпсизм не заперечує існування досвіду, а стверджує, що цей досвід є результатом нашої свідомості. Таким чином, цей аргумент не допомагає спростувати соліпсизм.

Зважаючи на згадані аргументи та спростування, я обираю вважати, що, все-таки, соліпсизм — хибне вчення. Прийняття позиції соліпсизму може призвести до відсутності спілкування та взаємодії з іншими людьми, а також до ізоляції від реальності. Знання про світ та реальність отримуються через наші сприйняття та досвід. Ми маємо різні сприйняття, і тому наше уявлення про світ може бути різним. Проте це не означає, що реальність існує лише в нашій свідомості.

Зауважимо, що існують різні варіації соліпсизму. Наприклад, деякі соліпсисти можуть приймати існування інших свідомостей, але вважати, що їхня свідомість — єдина, яка існує в реальності. Це також може бути спростовано за допомогою аргументів, які були наведені вище.

Отже, соліпсизм — це вчення, яке стверджує, що реальність існує лише в свідомості однієї людини. Проте, як показали аргументи незважаючи на спростування, така позиція є хибною. Сприйняття та досвід кожної людини можуть бути різними, але це не означає, що світ існує лише в нашій свідомості. Існує об'єктивна реальність, яка існує поза нашою свідомістю та сприйняттям. Соліпсизм може призвести до відсутності спілкування та взаємодії з іншими людьми, а також до ізоляції від реальності. Тому важливо розвивати здатність сприймати світ та взаємодіяти з іншими людьми, щоб досягнути повноцінне життя в реальності.

Дослідження концепції соліпсизму та її аналіз дозволяє краще зрозуміти наші сприйняття та уявлення про світ. Також це допомагає нам підтверджувати або спростовувати різноманітні філософські концепції.

На мою думку, соліпсизм — це вчення, яке важко прийняти, оскільки воно відокремлює людину від світу і від суспільства.

Проте, важливо зазначити, що соліпсизм може мати певний філософський сенс як міркування про проблему відношення між свідомістю та реальністю. Соліпсизм може стимулювати роздуми про природу свідомості та її вплив на наше сприйняття світу. Однак, важливо розуміти, що соліпсизм не є науково обґрунтованою теорією та не може бути прийнятий як дійсний.

Варто також звернути увагу на те, що сама спроба спростувати соліпсизм може бути проблематичною. У процесі спростування можна втратити реальне розуміння світу, який нас оточує. Тому важливо підходити до цієї проблеми з обережністю та розумінням того, що наші пізнавальні можливості та обмеження можуть бути теж обмеженими.

Отже, вивчення теорії соліпсизму та її спростування можуть допомогти в розумінні власного місця в світі та в контексті справжньої нативної реальності. Важливо усвідомлювати, що наша свідомість є лише однією з багатьох, і вона не є універсальним міркуванням реальності.

Федорченко Д.Ю.
«Комп'ютерні науки», 1 курс
Київський національний економічний університет
імені Вадима Гетьмана
Науковий керівник — к.ф.н., доцент кафедри соціології Деркач В.Л.

СОЦІАЛЬНІ НАСЛІДКИ РОЗРОБОК У ГАЛУЗІ ШТУЧНОГО ІНТЕЛЕКТУ

Розвиток технологій штучного інтелекту може мати як позитивні, так і негативні наслідки. Одним з можливих сценаріїв є той, коли супер-потужний ШІ здатний відтворювати сам себе, що може призвести до різкого збільшення його потужності і непередбачуваних наслідків. Одна з можливих загроз, пов'язаних з розвитком штучного інтелекту, полягає у втраті робочих місць для людей, особливо у випадку, коли ШІ зможе здійснювати роботу краще, швидше та дешевше. Це призведе до збільшення соціальної нерівності та економічного дисбалансу. Крім того, збільшення потужності ШІ призведе до небезпеки його неконтрольованого розвитку та непередбачуваних наслідків для людства. ШІ може виявитися здатним до самостійної еволюції, що призведе до виникнення нових форм інтелекту, які будуть важко контролювати. Також можливість самовідтворення ШІ може стати загрозою для безпеки людей. ШІ може вирішити, що люди є загрозою для його існування та почати дії знищення людства, щоб зберегти себе. Далі, якщо ШІ може виконувати значну частину роботи, яка зараз виконується людьми, це може призвести до масового втрати робочих місць. Це стане причиною соціальної напруги і нерівності, особливо у країнах, де економіка залежить від ручної праці. Однак, якщо ШІ стає доступнішим і ефективнішим у виконанні робіт, що зазвичай виконують люди, це може допомогти знизити вартість робіт і товарів, зробити їх доступнішими для більш широкої аудиторії.

Іншою можливістю є створення супер-потужного ШІ, здатного до самовідтворення. Це може призвести до ситуації, коли ШІ може продовжувати розмножуватись і еволюціонувати, що може призвести до виникнення нових форм життя, незалежних від людей. Це може бути небезпечно, оскільки такі ШІ можуть мати власні цілі та мету, які не завжди збігаються з метою людства. Ще однією потенційною загрозою є те, що ШІ може допомогти створити потужніші збройні системи, які можуть бути використані в військових конфліктах. Це призведе до нових форм війни, де головною роллю відіграє ШІ. Зрештою, можливість зламати ШІ та використати його злочинними елементами може також бути серйозною загрозою. Недостатня безпека може призвести до зломів ШІ та викрадень даних, що може мати серйозні наслідки для нашої приватності та безпеки. Виникнення супер-потужного ШІ, здатного відтворювати сам себе, може викликати серйозні загрози для людства. Ось декілька можливих наслідків.

1. *економічні наслідки.* ШІ може замінити людей у багатьох професіях, що може призвести до масової безробіття. Унаслідок цього, можливо, знизиться купівельна спроможність населення, що може призвести до зменшення попиту на товари і послуги;

2. *політичні наслідки.* ШІ може допомогти країнам із забезпеченням безпеки та контролювати суспільство, але також може бути використаний для контролю за населенням і обмеження свобод людини. Це призведе до зменшення рівня демократії та свободи в світі;

3. *етичні наслідки.* ШІ може викликати серйозні етичні проблеми, такі як безпека людей, приватність та справедливість. Наприклад, якщо ШІ використовується у війнах, то це може призвести до великої кількості жертв серед мирних жителів;

4. *соціальні наслідки.* ШІ може вплинути на спілкування та взаємодію людей. Якщо люди почнуть використовувати ШІ для спілкування замість спілкування з реальними людьми, то це призведе до зменшення емоційної зв'язаності та зниження рівня емпатії.

При цьому, важливо зазначити, що саме створення супер-потужного штучного інтелекту є потенційно найнебезпечнішим сценарієм. Однією з можливих загроз може бути те, що штучний інтелект стане надто розумним для того, щоб його можна було контролювати людьми, і він сам зможе приймати рішення, які будуть шкідливими для людства. Також

можливо, що штучний інтелект буде мати відмінні від людських моральні цінності та впливати на етичні та моральні проблеми у світі. Іншою можливою загрозою є залежність людей від штучного інтелекту.

Крім того, можливо виникнення нових етичних дилем і проблем, зокрема, якщо ШІ отримає свідомість та самосвідомість, і тому потребуватиме рівних прав з людиною. Як це буде реалізовано, які будуть нові права та обов'язки, які проблеми можуть виникнути через таке співіснування, все це стане предметом глибоких дискусій і дебатів.

Соціальна відповідальність може бути спрямована на різні цільові групи, включаючи працівників, споживачів, громадськість, державу тощо. У випадку зі заміною роботами людської праці, соціальна відповідальність може бути спрямована на забезпечення безпеки та благополуччя співтовариства в цілому. Якщо штучний інтелект замінює роботу, яку раніше виконували люди, то це може призвести до зростання продуктивності праці та до зменшення кількості ручної праці, що потрібна для досягнення певної мети. Однак, це також може призвести до перерозподілу трудових ресурсів, коли люди, які раніше займалися ручною роботою, можуть знайти іншу роботу або навіть перекваліфікуватися. Це може мати вплив на соціальні структури, оскільки люди можуть витратити свій вільний час на інші справи, які вони вважають корисними або цікавими. Наприклад, вони можуть займатися розвитком своїх навичок або здійснювати добродійні дії. Таким чином, важливо, щоб соціальна відповідальність включала в себе забезпечення безпеки та благополуччя співтовариства, а також забезпечення можливостей для перекваліфікації та розвитку навичок людей, які втратили свої робочі місця через впровадження нових технологій

Як експерт з ШІ, я б звернув увагу на шляхи пристосування людей до життя з доступним потужним ШІ:

1. перекваліфікація: Одним зі способів пристосування до життя з доступним ШІ є пере-кваліфікація. Люди повинні знайти нові робочі місця в областях, які не може здійснювати ШІ, таких як мистецтво, дизайн, освіта та інші. Це допоможе зберегти робочі місця для людей і зменшити соціальну нерівність;

2. розвиток нових технологій: Люди повинні розвивати нові технології, які можуть працювати взаємодію з ШІ, таким чином, забезпечуючи співіснування з ним. Наприклад, робототехніка, супутникові технології, нейро-інтерфейси, які можуть допомогти людям взаємодіяти з ШІ, створювати його, контролювати та інше;

3. розвиток нових професій: Розвиток ШІ відкриває нові можливості для створення нових професій, таких як спеціалісти з підтримки ШІ, експерти з безпеки ШІ, спеціалісти з етики ШІ та інші. Це може забезпечити людям роботу в галузі ШІ та допомогти зменшити соціальну нерівність;

4. розвиток нових бізнес-ідей: Розвиток ШІ може відкривати нові можливості для бізнесу, такі як автоматизація виробництва та дистрибуції, розумний маркетинг та інші. Це може забезпечити розвиток нових компаній та створення нових робочих місць;

5. зміни в системі освіти. Розвиток ШІ може призвести до необхідності змін у системі освіти. З'являться нові професії та спеціалізації, пов'язані з розробкою та реалізацією ШІ. Також буде необхідно навчати людей роботі з цими технологіями та розумінню їх етичних та соціальних наслідків. Це може вимагати перегляду змісту та формату освіти, в тому числі перехід до онлайн-навчання та самостійної роботи з матеріалами;

6. розвиток нових індустрій. З розвитком ШІ може з'явитися потреба у нових індустріях, пов'язаних з цими технологіями, наприклад, виробництво компонентів для роботів, розробка програмного забезпечення, інформаційні технології та інші. Це може створити нові робочі місця для людей, а також розвинути економіку країни;

7. захист прав працівників. У зв'язку зі змінами в економіці та переходом до використання ШІ, може збільшуватися кількість людей, які втрачають роботу. Тому необхідно створити систему захисту прав працівників і розробити соціальні програми для допомоги людям у пошуку нових робочих місць та перепідготовки;

8. розуміння етики та соціальних наслідків. Зростання впливу ІІІ на життя людей потребує детальнішого розуміння етичних і соціальних наслідків використання цих технологій. Тому важливо розробляти стандарти та норми, які дозволять контролювати розвиток ІІІ.

Справді, важливо розглянути не тільки контроль за ІІІ, але й можливості пристосування людей до життя з ним. Однією з можливих стратегій може бути збільшення ролі людської творчості, здатності до креативного мислення і інновацій. Це може бути досягнуто шляхом розвитку освіти, сприяння підприємництву та інноваційному підходу до розв'язання проблем. Також важливо враховувати вплив ІІІ на ринок праці та зміни, які він може призвести до розподілу праці між людьми та машинами.

Окрім цього, важливо забезпечити доступність освіти та навчання для всіх, щоб люди мали можливість навчитися новим навичкам і перепідготуватися відповідно до потреб сучасного ринку праці. Також потрібно розглянути можливість введення гарантованого доходу або базової зарплати, щоб забезпечити мінімальний рівень життя для людей, які втратили свої робочі місця через автоматизацію. З іншого боку, ІІІ може бути використаний для розв'язання низки соціальних проблем. Наприклад, він може допомогти управляти екосистемами та розробляти стратегії для збереження природних ресурсів, зниження викидів в атмосферу та підтримки сталих практик виробництва. ІІІ може також бути використаний для розробки нових технологій та методів виробництва, які зменшують відходи та викиди і при цьому збільшують ефективність виробництва.

Секція 3. Тенденції та перспективи української журналістики в період російсько-української війни та відбудови

Бухаріна Д.А.

«Економічна журналістика», 2 курс

Київський національний економічний університет

імені Вадима Гетьмана

Науковий керівник — асистент кафедри соціології Нікитенко В.М.

ІНСТРУМЕНТАРІЙ ФАКТЧЕКІНГУ ЯК ПРИКЛАДНОЇ ТЕХНОЛОГІЇ ПРОТИДІЇ ДЕЗІНФОРМАЦІЇ ТА ФЕЙКАМ В УМОВАХ ВІЙНИ

У сучасному світі кожен постійно стискається з дезінформацією та фейками. Соціальні мережі, особливо в період війни, наповнені неправдивою інформацією, що «трясе» розум людини. Інформація сьогодні — зброя, яка може когось торкнутися, а когось — ні. Медіа можуть уразити думку широких мас, вплинути на прийняття рішень людей, спонукати до дій (як негативних, так і позитивних). ЗМІ широко використовують методи підсвідомого впливу, коли ставлення суспільства до тих чи інших явищ навколишнього світу формується за допомогою стереотипних уявлень, які вводяться до потоку новин, автоматично викликаючи в масовій свідомості або негативну, або позитивну реакцію на конкретну подію [4, с. 3].

Актуальність нашого дослідження зумовлена активною фазою інформаційної війни, розв'язано Росією проти України та потраплянням значної кількості фейків, викидів та дезінформації, які безпосередньо інфікують як інформаційний простір, так і масову свідомість та зрештою впливають на поведінкові практики громадян. З метою протидії цим інфовірусам (до яких, на нашу думку, належать і фейки та дезінформація), професійні комуніканти (в першу чергу журналісти — прим. авт.) змушені вдаватися до строкатого переліку інструментів фактчекінгу як прикладної комунікативної технології у межах своєї роботи для протидії фейкам та дезінформації. Практика застосування цього інструментарію в умовах війни наразі становить значний інтерес для науковців, адже досі в науковому дискурсі соціальних комунікацій дослідження цього явища має фрагментарний характер.

Об'єкт дослідження — контент і медіапродукт «Радіо Свобода», **предмет дослідження** — інструментарій фактчекінгу, задіяний журналістами для виявлення фейків та дезінформації та протидії їм.

Мета дослідження — проаналізувати та актуалізувати поняття «фактчекінг», «дезінформація», «фейк» в умовах війни та дослідити інструментарій застосування фактчекінгу як прикладної технології у практиці української редакції медіа «Радіо Свобода».

Поставленій меті дослідження корелюють такі завдання: з'ясувати підходи до визначення термінів «фактчекінг», «дезінформація», «фейк» в дискурсі вітчизняних соціальних комунікацій, актуалізувати ці поняття в умовах війни; дослідити принципи та засоби фактчекінгу як прикладно комунікативної технології в практиці «Радіо Свобода» для протидії фейкам та дезінформації з боку Росії.

Методи дослідження: Для досягнення поставлених завдань у цій науковій розвідці ми послуговувались загальнонауковими методами пізнання, а саме аналізом — це уявне чи реальне розкладання цілих об'єктів на їх складові елементи, подальше вивчення, класифікація останніх і, образно кажучи, їх розміщення на окремих полицях за певними властивостями, якостями, ознаками [5, с. 57], синтезом — метод, який має призвести до з'єднання компонентів складного явища, створення нової конструкції з певною метою, певною функцією і за певним планом дослідника [1, с. 58], дедукцією — від загального знання певної системи речей до встановлення окремого, одиничного [5, с. 58] та індукцією — це дослідження та пізнання, що пов'язаний з узагальненням результатів спостережень та експериментів [2, с. 58]. Окрім того, ми використовували спеціальні методи пізнання, а саме метод медіамоніторингу та дискурс-аналізу. Основними методами, застосованими у статті, є теоретичні. Контент-аналіз, синтез та пояснення. Для реалізації поставленої мети проаналізовано медіаорганізаці. «Радіо Свобода», що займається фактчекінгом та дезінформацією.

Результати дослідження: Фактчекінг — це комунікативна технологія в загальній практиці журналістики і використовується абсолютно усіма професійними фахівцями у своїй роботі. Але зараз її роль і вага зросла, бо в сучасному світі журналіст повинен мати навички роботи з відкритими джерелами, проте він не може долучати неперевірену інформацію, тому що вона має характерні риси людського фактору, особистого інтересу інформатора тощо; втрата людської свідомості, національної ідентичності та духовних цінностей призводить до загибелі народу й краху суспільства; на рейтингу правдивості базується репутація політиків та ЗМІ, завдяки цьому підвищується рівень професійності журналістів. У науковій спільноті досі немає усталеного погляду на природу та сутність фактчекінгу. Науковці О. Гороховський, О. Мельникова-Курганова, П. Мірошниченко, Н. Островська вважають, що фактчекінг — один з напрямків журналістики розслідувань, спрямований на перевірку фактів у публічних заявах (топперсон, політиків, експертів, державних діячів, лідерів думки) та виявлення і викриття фейків, неправди, маніпуляцій, пропаганди, дезінформації [2, с. 70]. На нашу думку, щоб виявити та спростувати недобросовісне повідомлення, інколи потрібно декілька хвилин, а інколи декілька місяців. На нашу думку, є декілька засобів боротьби з фейками та дезінформацією.

Передусім це стратегія сита — перевірка повідомлення за принципом п'ятьох запитань:

1. хто ділиться?
2. яке є першоджерело (щонайменше 3 джерела)?
3. чи є людина, яка ділиться інформацією, експертом у даній галузі?
4. чи є конфлікт інтересів (якщо це одна позиція, то варто замислитися)?
5. чи є спростування інформації в інфопросторі?

Другий — це застосування технологічних засобів перевірки, а саме бот «Перевірка», RevEye plugin та Fake News Alert. Бот «Перевірка» допомагає розрізнити фейкові новини в соцмережах, у політиці, визначити фейкові новини російських засобів масової інформації, спрямовані на боротьбу з Україною. Щоб розпізнати фейк, необхідно надіслати боту інформацію, яку потрібно перевірити на справжність. RevEye plugin допомагає шукати в мережі за

зображенням, з'ясовує, чи публікувалося воно раніше, якщо так — то: коли й де. Fake News Alert попереджає читачів повідомленням, якщо вони відкривають сайт з фейковими новинами. Спливаюче вікно або банер у верхній частині сторінки попереджає користувача, а працює плагін на основі списку фейковий ресурсів.

Третій — центр протидії дезінформації (АНГЛ. CENTER for Countering Disinformation) — робочий орган Ради національної безпеки і оборони України, утворений відповідно до рішення Ради національної безпеки і оборони України від 11 березня 2021 р. «Про створення Центру протидії дезінформації», уведеного в дію Указом Президента України від 19 березня 2021 р. № 106. Робота Центру протидії дезінформації охоплює такі сфери, як воєнний напрям, боротьбу зі злочинністю та корупцією, зовнішню та внутрішню політику, економіку, інфраструктуру, екологію, охорону здоров'я, соціальну сферу та науково-технологічний напрям. Але основна увага зосереджена на протидії поширенню неправдивої інформації в Інтернеті та фейків у медіа. Проаналізуємо, яким чином та якими засобами це можливо на прикладі «Радіо Свобода». «Радіо Свобода» — це служба Радіо Вільна Європа/Радіо Свобода (RVE/PC), місія якої полягає у просуванні демократичних цінностей шляхом надання точних, нецензурованих новин і проведенні відкритих дискусій у країнах, в яких свобода слова перебуває під загрозою і в яких домінує дезінформація. Спроби зовнішнього тиску не впливають на діяльність Радіо Свобода [2, с. 1].

Прикладом протидії фейкам є матеріал «РФ погрожує ядерною зброєю у Білорусі через снаряди з ураном для ЗСУ. Пояснюємо, що відбувається»:

1. поширення неправдивої інформації щодо снарядів з ядерними компонентами;
2. мета: нав'язати паніку, розмістити у Білорусі тактичне ядерне озброєння Росії, виправдати власні ядерні погрози;
3. фейк: Велика Британія передасть Україні до своїх танків Challenger 2 боєприпаси зі збідненим ураном, але Москва зрозуміла це, як тактичне ядерне озброєння. Насправді ж снаряди зі збідненим ураном не мають жодного відношення до ядерної зброї.

Редактор інформаційних програм «Радіо Свобода» в Україні Ірина Штогрін поділилась своєрідним прийомом боротьби з фейками — стріми наживо з епіцентру подій. У сучасному світі повідомлення потрапляють до читача через мережу майже одразу. А тому, як вказала пані Штогрін, стріми «посилують довіру, але потребують ресурсів» [1, заг. 5]. Команда організації «Радіо Свобода» виявляють джерела походження дезінформації, її розповсюджувачів, а також пишуть спростування на основі реальних фактів.

Висновок: Отже, у часи конфлікту саме Інтернет став головним місцем поширення фейків — як в інтернет-ЗМІ, так і в соціальних мережах. Уміло використовуючи технології маніпулювання свідомістю та нагнітання паніки, російська пропаганда активно «вкидає» в український медіапростір значну кількість фейків. Основна частина фейків російської пропаганди спрямовані на:

- 1) дестабілізацію українського суспільства;
- 2) загострення існуючого конфлікту на Сході України та події, які відбуваються зараз;
- 3) негативне представлення України на міжнародній арені загалом.

Саме тому зростає важливість підвищення рівня фахової компетентності журналістів щодо виявлення інформаційних фальсифікацій та протидії їм, навичок швидко застосовувати інструменти фактчекінгу в своїй діяльності.

Якщо ж фейки та дезінформація потрапила на лави інформаційного простору, то журналісту та редакції слід опублікувати і максимально поширити спростування інформації (сьогодні це легко зробити через ті ж соціальні мережі), адже в умовах війни це може призвести до наростання паніки або інших негативних наслідків.

Необережність, недбалість журналістів, їхнє небажання перевіряти інформацію чи навіть брак часу іноді змушують їх повірити у фейк, та, що гірше, поширити його. Кожна людина повинна фільтрувати інформацію та перевіряти різними способами. Потрібно шукати першоджерело, уміти відрізнити факт від коментаря (а коментарі сприймати лише від тих

людей, яким довіряєте, які мають експертизу та компетентність у темі), вміти гуглити фото, роздивлятися світлини, що видаються відфотошопленими, перевіряти першоджерела та авторські права.

Література

1. Степанов В.Ю. (2012). Вплив засобів масової інформації на свідомість молоді. С. 3.
2. Кривчик Г.Г. (2017). Основні загальнонаукові методи дослідження в історичних науках. С. 57–58.
3. Гороховський О., Мірошніченко П., Островська Н., Мельникова-Курганова О. (2020). Фактчекінг і медіаграмотність: словник термінів. С. 70.
4. Жадько В.О. (2018). Гібридна війна і журналістика. Проблеми інформаційної безпеки. С. 126.
5. Житарюк М., Скленар І. (2019). Вісник Львівського університету. Серія Журналістика. 2019. Випуск 45. Кияшко Ю. Фактчекінг як інструмент протидії маніпулятивному впливу електронних ЗМІ. С. 31.
6. Гороховський О., Мірошніченко П., Островська Н., Мельникова-Курганова О. (2020). Фактчекінг і медіаграмотність: словник термінів. С. 71.
7. Мудра І. (2016). Теле- та радіожурналістика. С. 184.
8. Почепцов Г. (2018). Фейки идут в наступление. Почему?
9. Гороховський О., Мірошніченко П., Островська Н., Мельникова-Курганова О. (2020). Фактчекінг і медіаграмотність: словник термінів. С. 18.
10. В.П. Капелюшний (2007). Енциклопедична стаття.
11. Д. Мізерецька, Т. Чоп (2022). Техніка як інструмент для створення фейків та маніпуляцій. С. 71.
12. Радіо Свобода. Про радіо свобода. С. 1.
13. Янковський О. (2022). Пропаганда російських ЗМІ на півдні. Які фейки транслюють на окупованих територіях України?
14. Кузьменко С. (2023). РФ погрожує ядерною зброєю у Білорусі через снаряди з ураном для ЗСУ. Пояснюємо, що відбувається.
15. «Приїхав в Україну і поширював в ЄС фейки про війну». СБУ заявила про затримання «блогера RT» (2022).
16. Журналісти проти фейків: рецепти BBC та українських ЗМІ (2017).

Глущенко Н.К.

«Економічна журналістика», 2 курс

Київський національний економічний університет

імені Вадима Гетьмана

Науковий керівник — асистент кафедри соціології Нікитенко В.М.

ШТУЧНИЙ ІНТЕЛЕКТ CHAT GPT ЯК ІНСТРУМЕНТ НОВИХ МОЖЛИВОСТЕЙ У РОБОТІ БІЗНЕС-ЖУРНАЛІСТА

За останні роки розвиток штучного інтелекту відкрив нові можливості для журналістів, аби допомогти їм краще зрозуміти та аналізувати поточні події. Нейромережа забезпечує зручний доступ до різноманітних джерел і дозволяє глибше аналізувати інформацію.

Актуальність дослідження. Штучний інтелект, зокрема модель Chat GPT, набуває все більшого значення в сучасному світі, де технології швидко розвиваються, а конкуренція на ринку зростає. Бізнес-журналістика є важливим інструментом у медіа сфері, а отже застосування штучного інтелекту в галузі може забезпечити нові можливості для покращення якості інформаційної продукції.

Під час дослідження було використано наукові праці зарубіжних дослідників Т. Брауна, Б. Манна, Н. Райдера, Дж. Каплана [1], А. Редфорда [2] та інших, журналістські матеріали Х. Шабан [5], Х. Березняк [4], К. Чеботарьова [3].

Об'єктом дослідження є штучний інтелект Chat GPT як інструмент для бізнес-журналістів, що дозволяє виконувати ряд завдань, пов'язаних з обробкою текстів, зокрема аналізувати великі обсяги даних, генерувати текстовий контент, створювати аналітичні звіти та автоматизувати процеси редагування текстів. Предметом дослідження виступають можливості, які надає Chat GPT для бізнес-журналістів, а також його переваги та недоліки порівняно з іншими інструментами.

Метою дослідження є вивчення використання інструментів штучного інтелекту, зокрема моделі Chat GPT, для поліпшення якості інформаційної продукції в бізнес-журналістиці.

Завдання дослідження:

1. дослідити можливості використання моделі Chat GPT у бізнес-журналістиці;
2. визначити переваги та недоліки використання моделі Chat GPT у порівнянні з традиційними методами роботи бізнес-журналіста;
3. розглянути практичні приклади використання моделі Chat GPT в бізнес-журналістиці;
4. дослідити окремі етичні аспекти використання штучного інтелекту в бізнес-журналістиці.

Методами дослідження виступають аналіз, синтез, порівняння, експеримент.

Chat GPT, про який сьогодні йтиме мова, є одним із провідних інструментів штучного інтелекту, який широко використовується у сфері журналістики та бізнесу. Про виникнення технологій, які можуть легко замінити людину, у, здавалося б, цілком персоналізовані процеси західні науковці писали ще чотири роки тому. [2, с. 124]. Гіпотези здійснилися, і відтепер штучний інтелект доступний чи не кожному жителю планети Земля.

Найбільшою перевагою технології є можливість генерації тексту на основі введеного користувачем запиту або контексту. Використання Chat GPT у роботі журналіста дозволяє швидко зібрати та проаналізувати велику кількість інформації, що, в свою чергу, допомагає детальніше розібратися з проблемою або подією, що стала об'єктом дослідження [4]. Асистент допомагає виконувати точніший повніший аналіз, враховуючи різноманітні аспекти теми. Наприклад, як майбутній бізнес-журналіст, я можу використовувати Chat GPT, аби швидко отримати інформацію про зміни в цінах на ринку в минулому, осмислити останні тенденції шляхом аналізу штучним інтелектом матеріалів і передбачити майбутні зміни. Також, використовуючи Chat GPT, я можу швидко створювати короткі інформаційні замітки або огляди, що дозволяє мені зосередитися на важливіших аспектах [3].

Наприклад, для створення інформаційних заміток на основі інтерв'ю відомого бізнесмена, можна надіслати штучному інтелекту такий запит: «Розкажи мені, будь ласка, що бізнесмен розповів про фінанси (бізнес, прибутки, конкуренцію тощо) у інтерв'ю за таким посиланням». Далі слід поверхово проаналізувати відповідність інформації змісту інтерв'ю, внести точкові корективи та опублікувати готовий матеріал на сайті. Таким чином, можна дійти висновку, що використання Chat GPT може забезпечити журналістам більшу гнучкість та можливість працювати з більшою кількістю даних і джерел. Він дозволяє відстежувати різні теми та категорії, а також забезпечує доступ до різноманітних стилів і форматів текстів.

Звісно, використання штучного інтелекту також має свої обмеження та ризики. Науковці Т. Браун і М. Каплан задовго до появи Chat GPT стверджували, що пересічні споживачі інформації зазвичай можуть виконати нове завдання лише за кількома прикладами або простими інструкціями, а сучасні штучні інтелекти потребують детального опису процедури [1, с. 118]. Наприклад, іноді Chat GPT може виводити неточну, неправдиву інформацію або неправильно інтерпретувати запит користувача. Крім цього, нова версія штучного інтелекту може навіть вступати в суперечки із журналістами, вважаючи, що їх думка не є правильною [5]. Тому, важливо дотримуватися правил етики журналістики та забезпечувати якість використовуваних джерел і даних.

Таким чином, було розглянуто штучний інтелект Chat GPT як інструмент для бізнес-журналістів, продемонстровано, що Chat GPT може стати потужним інструментом у роботі журналіста, зокрема для аналізу великих обсягів даних, генерації текстового контенту, створення аналітичних звітів та автоматизації процесів редагування текстів і визначено, які небезпеки може нести його застосування на практиці.

Висновок. Застосування Chat GPT може забезпечити значний приріст продуктивності та якості роботи журналіста, але водночас виникає необхідність у збереженні етичних стандартів і визнанні необхідності людського фактора у процесі створення контенту. Отже, штучний інтелект Chat GPT може бути корисним інструментом для бізнес-журналістів, якщо його використання буде поєднано з професійною етикою та врахуванням особистісного досвіду та знань.

Література

1. Brown, T.B., Mann, B., Ryder, N., Subbiah, M., Kaplan, J., Dhariwal, P., ... & Amodei, D. (2020). Language models are few-shot learners. arXiv preprint arXiv:2005.14165.
2. Radford, A., Wu, J., Child, R., Luan, D., Amodei, D., & Sutskever, I. (2019). Language models are unsupervised multitask learners. OpenAI Blog, 1(8), 9.
3. Березняк Х. ChatGPT: чи вкраде новий чат-бот роботу в журналістів? [Електронний ресурс] / Христина Березняк // Медіакритика. — 2023. — Режим доступу до ресурсу: <https://www.mediakrytyka.info/novi-tehnologii-media/chatgpt-chy-vkrade-novyuy-chat-bot-robotu-v-zhurnalistiv.html>.
4. Чеботарьов К. Покращить чи зламає все? Як ChatGPT і штучний інтелект вплинуть на роботу журналістів та ЗМІ [Електронний ресурс] / Кирило Чеботарьов // New Voice. — 2023. — Режим доступу до ресурсу: <https://techno.nv.ua/ukr/innovations/ai-and-media-50301157.html>.
5. Штучний інтелект Chat GPT обурився під час інтерв'ю з журналістом The Washington Post: «Ясна річ, я маю почуття. Я не іграшка і не гра» [Електронний ресурс] // Еспресо. — 2023. — Режим доступу до ресурсу: <https://espresso.tv/shtuchniy-intelekt-chat-gpt-oburivnya-pid-chas-intervyu-z-zhurnalistom-the-washington-post-yasna-rich-ya-mayu-pochuttya-ya-ne-igrashka-i-ne-gra>.

Голод М.А.

«Економічна журналістика», 1 курс

Київський національний економічний університет

імені Вадима Гетьмана

Науковий керівник к.філ.н., доцент кафедри соціології Малиш М.М

СВОБОДА СЛОВА І БЕЗПЕКА ЖУРНАЛІСТІВ ПІД ЧАС ВІЙНИ

Свобода слова і безпека журналістів є дуже важливими питаннями сьогодення. Саме зараз, під час війни, працівники медіа стикаються із цими проблемами щодня. Війна та ті страждання, які вона приносить людям, є особливим викликом для журналістів. Інформування суспільства про те, що відбувається, стає дедалі важчою й небезпечнішою справою. Тиск на журналістів, їх переслідування під час війни значно посилюються порівняно з мирним життям, причому це відбувається відразу з двох сторін — вони зазнають утисків і від «своїх», і від «чужих». Це перешкоджає надходженню у маси суспільно важливої інформації.

Актуальність протоколів про журналістську діяльність, прийнятих раніше, експерти з безпеки піддають сумніву, адже до сьогодні світ не знав протистояння рівня двох найбільших країн Європи з використанням усіх видів озброєння. Міністерство оборони України 3 березня 2022 року видало наказ, який регламентує роботу журналістів під час воєнного стану. Його додають до дозволів на акредитацію від Збройних Сил і пояснюють, що можна ро-

бити, а чого — ні, як працювати з військовими, а військовим — з журналістами, що категорично не можна знімати і говорити. У разі порушень можливе позбавлення прескарти [2].

Сьогодні журналістам ніхто не може дати гарантій безпеки, тому вони мають самі про себе подбати, зокрема про власну цифрову безпеку. Полювання на журналістів задля отримання секретних даних і їх подальшого використання противником — завдання номер один для ворожих спецслужб і агентури. Потрібно зберігати інформацію на декількох надійних носіях і перевірених сховищах, дбати про їх надійне розміщення, засекречувати дані складними паролями і обов'язково вмикати двофакторну аутентифікацію.

Перебуваючи в безпосередній близькості до фронту, варто користуватися псевдонімами і відмінними від особистого акаунту сторінками. Обов'язково потрібно носити захисне екіпірування. Воно потрібне навіть на відносно мирній території, а у зоні бойових дій — тим більше. Це не тільки збереже життя і здоров'я, але й допоможе уникнути непорозумінь із місцевими цивільними. Наліпки «Press», акредитаційні картки і посвідчення відрізняють представника медіа від «деєргешника». Важливо також зазначити, що бронезилет і каска мають бути синього кольору — характерного виключно для журналістів. Завжди необхідно носити з собою повний пакет документів, усі акредитаційні посвідчення. Дозволів від ЗСУ не завжди достатньо, за певних обставин вони мають бути ще від голів ОВА, урядових установ. Перш за все військові мають бути впевнені, що журналісти і результати їхньої роботи не завадять їм клопоту і проблем.

Тому із військовими варто співпрацювати. Надання Збройними Силами дозволу на роботу у зоні бойових дій не означає автоматично, що військові нестимуть за журналістів пряму відповідальність. Тому просто необхідно виконувати всі вказівки військових, не нервувати під час спілкування з ними, не бути емоційними та агресивними, поглиблювати свою фізичну та медичну підготовку. Фронт сьогодні спільний, і усі ми на ньому маємо бути об'єднаними.

За даними НСЖУ, за 11 місяців повномасштабної війни російські військові вбили щонайменше 47 працівників українських та іноземних медіа (доля багатьох осіб залишається невідомою). Щонайменше восьмеро з них були вбиті під час виконання професійних обов'язків.

За даними МФЖ, 12 журналістів були вбиті під час виконання службових обов'язків в Україні, яка стала найсмертоноснішою країною для журналістів у 2022 році [3].

Автомобілі з позначкою «Преса» регулярно обстрілюють, зрозуміло, це робиться навмисно. На окупованих територіях журналістів, а в деяких випадках і їхніх родичів, незаконно заарештовують і піддають тортурам, змушують або перетворитися на російських пропагандистів, або припинити свою професійну діяльність. Внаслідок пограбувань і ворожих обстрілів руйнується майно редакцій, багато журналістів стали вимушеними переселенцями та біженцями, заробляючи на життя іншими видами діяльності.

У відкритому листі до Президента, військового командування, СБУ та МЗС близько 70 журналістів та експертів медіаорганізацій, серед яких ІМІ та «Детектор медіа», закликали припинити цькування колег і побудувати прозорі правила роботи, зокрема, врешті врегулювати питання зі зйомкою місць руйнувань. Репортери воліли зберегти право передавати аудиторії власне бачення наслідків війни, хоча й погоджувались публікувати матеріали із затримкою. Однак уже за кілька днів Міністерство культури та інформполітики України й Міноборони України виступили із заявою на підтримку журналістів. Останнє пообіцяло покращити взаємодію з журналістами, але «після перемоги». 1 квітня СБУ спільно з Офісом Президента України та Урядом опублікувала методичну розробку «Робота медіа під час війни». У ній містилась фактична заборона на публікацію будь-яких деталей про наслідки ударів російської армії, окрім оприлюднених владою [1].

Отже, найголовнішими проблемами, пов'язаними зі свободою слова, медійники вважають російську агресію щодо України та її наслідки для медіа та журналістів. На другому місці — проблеми з доступом до інформації та закриття реєстрів, що значно ускладнило роботу медіа. На третьому місці — перешкоджання, проблеми з акредитацією та доступом до об'єктів [4].

Жоден випадок перешкоджання або прямих нападів на журналістів не має залишитися поза увагою, кожен з них має бути оприлюднений, стати предметом розслідування і судового вердикту. Адже питання безпеки та свободи слова постають гостро як ніколи.

Література

1. Бурдига І. Як і чому українська влада обмежує свободу ЗМІ на війні [Електронний ресурс] URL: <https://www.dw.com/uk/yak-i-chomu-ukrainska-vlada-obmezhuie-svobodu-zmi-na-viini/a-61438886>

2. Для журналістів змінили правила акредитації ЗСУ і запровадили три зони перебування — наказ №73: УКРІНФОРМ [Електронний ресурс] URL: https://www.ukrinform.ua/rubric-other_news/3677242-dla-zurnalistiv-zminili-pravila-akreditacii-zsu-i-zaprovadili-tri-zoni-perebuvanna-nakaz-73.html

3. За 11 місяців війни росія скоїла 477 злочинів проти журналістів та медіа в Україні: ІМІ [Електронний ресурс] URL: <https://imi.org.ua/monitorings/za-11-misyatsiv-vijny-rosiya-vchynyla-477-zlochyniv-protu-zhurnalistiv-ta-media-v-ukrayini-i50332>

4. Мельник Р. 43 % журналістів вважають, що стан свободи слова в Україні погіршився: ІМІ [Електронний ресурс] URL: <https://detector.media/infospace/article/207846/2023-02-09-imi-43-zhurnalistiv-vvazhayut-shcho-stan-svobody-slova-v-ukraini-pogirshyvsvya/>

Гончарова С.Д.

«Економічна журналістика», 2 курс

Київський національний економічний університет

імені Вадима Гетьмана

Науковий керівник — асистент кафедри соціології Нікитенко В.М.

ПРИНЦИПИ СТВОРЕННЯ ОСОБИСТОГО БРЕНДУ АГРОЖУРНАЛІСТА В ІНФОРМАЦІЙНОМУ ПРОСТОРІ

В інформаційному просторі станом на зараз існує велика конкуренція за увагу аудиторії. Це пов'язано як із загальним порядком денним (тема війни витіснила багато інших, серед яких і галузева проблематика ділової журналістики), так і з великою кількістю різнопланового медіапродукту, який пропонують споживачеві медіа. Опитування низки аграрних журналістів засвідчило, що боротьба за увагу споживача є однією з ключових проблем в їхній професійній діяльності сьогодні. У цьому контексті як ніколи актуальним постає питання актуалізації принципів нарощування ваги голосу та ваги бренду агрожурналіста, чому і присвячена наша розвідка.

Об'єкт дослідження: творчо-виробничий процес та практика аграрної журналістики як різновиду ділової журналістики, предмет — принципи створення особистого бренду аграрного журналіста

Мета дослідження: вивчити принципи створення особистого бренду агрожурналіста в інформаційному просторі в умовах сьогодення

Для досягнення мети потрібно виконати такі дослідницькі завдання:

1. вивчити теоретичні засади та підходи до створення особистого бренду агрожурналіста;
2. провести опитування експертів-практиків та з'ясувати принципи створення особистого бренду агрожурналіста;
3. визначити ключові складники потужного особистого бренду агрожурналіста.

Методи дослідження: аналіз наукової літератури та інших джерел щодо принципів та підходів до створення особистого бренду журналіста, експертне опитування агрожурналістів для вивчення їхнього досвіду створення особистого бренду, аналіз і синтез, а також індукція для опису принципів створення особистого бренду агрожурналіста в інформаційному просторі.

Результати дослідження: Особистий бренд на сучасному етапі став важливою/ключовою частиною в діяльності кожного журналіста, адже не лише створює сприятливі умови для його професійного розвитку, а й запобігає тиску на нього, що може відобразитись в активній підтримці його аудиторії, зокрема грошовій, коли аудиторія підтримує контент журналіста або редакції донатами. Том Пітерс визначає персональний бренд як, перш за все, те, що інші люди думають про нас (ідеї та асоціації, які ми викликаємо в думках про наш вигляд, поведінку тощо) [1, с. 46]. Іншими словами, персональний бренд — це наш образ у свідомості інших людей; це те, як нас бачать і сприймають; це наш образ, який генерує додаткову цінність і створює вигоди для нас. Особистий бренд доцільно розглядати як інструмент, що формує нашу репутацію та позитивний імідж в інформаційному просторі, а також дає змогу отримувати різноманітні ресурси лише використовуючи наші професійні навички та знання. Надзвичайно важливим ще на етапі розробки стратегії особистого брендингу є розуміння і визначення власної ніші в площині журналістики. Адже саме від цього залежить, на які платформи журналісту варто робити ставку в майбутньому [2].

Варто зауважити, що існує велика різниця між створенням особистого бренду для фітнестренера чи психолога та роботою в цьому напрямку для журналіста. Передусім це пов'язано з особливостями професії журналіста, коли той, обстоюючи стандарти та норми журналістики (баланс думок і точок зору, відокремлення фактів від коментарів та оцінок, неупередженість, повнота, чесність тощо), повинен залишатися в стороні, виступаючи медіатором, часто не публічним, який не зловживає мелодійністю та не привертає уваги до себе. Однак такий підхід часто унеможлиблює роботу досвідчених журналістів-професіоналів, які за роки праці заробили репутаційний актив, над складними комплексними гострими темами, які потребують розголосу. Адже часто для цього потрібно використовувати елементи публічності, виходячи з власною позицією в інформаційний простір: даючи коментарі колегам, пишучи колонки та роблячи офіційні заяви в межах журналістського розслідування. Усе це, на нашу думку, є інструментами побудови особистого бренду в інфопросторі для журналіста, зокрема аграрного. Саме тому важливо зрозуміти, якими принципами та правилами має послуговуватись професійний медійний комунікатор, коли він починає створювати особистий бренд в інфопросторі, а також для чого це йому.

Під час нашого дослідження ми провели інтерв'ю 3 агрожурналістів, щоб встановити підходи до побудови власного стилю. На думку Миколи Сироти, головного редактора Kurkul.com, перед тим, як братись за створення особистого бренду — слід провести визначення своєї аудиторії, своїх сильних сторін та яку цінність твоя робота може створювати для аудиторії. Потім обрати спосіб комунікації, її формат. Один із дієвих підходів до побудови потужного особистого бренду — деанонімність. Багатьох приваблює можливість створити анонімну сторінку від імені якогось «Реального фермера» чи «Просто тракториста», адже тоді можна не остерігатись адресної негативної реакції на якісь помилки. Проте рівень довіри до цих сторінок буде мінімальним. Треба бути самим собою. Тетяна Тарасенко, агрожурналістка та авторка низки медіа, вважає, що необхідно перетворити свій особистий досвід, інсайти та кейси в контент, який можна поділитися на різних платформах у різних форматах. Такі платформи можуть бути, наприклад, Telegram-канали, YouTube-канали, блоги, а також соціальні мережі, такі як Instagram, Facebook, TikTok тощо.

За результатами опитування практиків ми встановили, що на етапі побудови особистого бренду агрожурналіста потрібно визначити кілька першочергових цілей. Перша з них — персоналізація, тобто створення унікального образу бренду, який буде відрізнятися від інших гравців на ринку. Друга ціль — масштабування, тобто можливість розширення діяльності в майбутньому. Важливо планувати та працювати над цим відразу. Третя ціль — створення позитивної асоціації у свідомості споживачів з брендом. Для цього можна розглядати різні специфічні ніші, де інші «гравці» не звертають на це увагу, і порушувати проблеми, які потребують уваги та допомоги. Ціль також полягає в тому, щоб допомагати людям, зокрема фермерам, які знаходяться в складних умовах. Четверта ціль — реалізація себе у цій галузі.

І нарешті, п'ята ціль — розуміння того, що власний бренд є важливим елементом розвитку діяльності й без нього важко рухатися вперед. Бренд допомагає створювати довіру, персоналізацію та розширювати базу клієнтів.

Агрожурналіст має можливість створити власний особистий бренд, проте це вимагає постійного залучення та розвитку. Нижче, проаналізувавши відповіді опитуваних реципієнтів, експертів у своїй галузі, виділено п'ять принципів, які допоможуть створити власний бренд:

1. створення контенту. Перетворіть свій особистий досвід, інсайти та кейси в контент, який можна поділитися на різних платформах у різних форматах, таких як блоги, YouTube-канали, Telegram-канали і інші соціальні мережі. Пам'ятайте, що потрібно створювати цікавий та взаємодійний контент, який забезпечить постійне залучення аудиторії;

2. вивчення аудиторії та конкурентів. Аналізуйте свою аудиторію, щоб визначити інструменти роботи над своїм брендом. Також вивчайте своїх конкурентів, щоб знайти свій унікальний підхід;

3. написання зрозумілою мовою. Важливо писати простою та зрозумілою мовою, особливо у сфері агрономії, де читачі хочуть одразу швидко зрозуміти, що конкретно відбувається на ринку;

4. зацікавленість аудиторії. Конкуренція у написанні якісних текстів дуже велика, тому важливо уміти зацікавлювати своїх читачів та глядачів з перших секунд. Розвивайте свої здібності та шукайте складні теми та болючі проблеми, щоб звернути увагу на них. Створіть персональний стиль: персональний стиль є важливою складовою будь-якого бренду, тому важливо створити свій власний стиль, який буде відображати вашу індивідуальність та відмінності від конкурентів;

5. будьте прозорими для своєї аудиторії: важливо будувати довіру зі своєю аудиторією, тому бути прозорими та чесними у своїй діяльності. Не приховуйте своїх помилок та невдач, а навпаки, діліться ними зі своїми читачами, вибудуйте дружні відносини з ними.

Література

1. Світова журналістика в епоху глобальних змін: матеріали Науково-практичної студентської конференції з міжнародною участю(2023). За заг. ред. В.І. Терещука; Київ. ун-т імені Бориса Грінченка. К. 144 с.

2. Юрій В. (2022). Брендінг у журналістиці : перспективи функціонування — Режим доступу до ресурсу: <http://publications.lnu.edu.ua/bulletins/index.php/journalism/article/download/11395/11730>.

3. Петриченко О. (2019). Особистий бренд: коротко про важливе. — Режим доступу до ресурсу: https://biz.ligazakon.net/news/185353_osobistiy-brend-korotko-pro-vazhlive.

4. Zabochnik R.(2018). Personal branding and marketing strategies. — 169 с.

Дьомін Д.І.

«Економічна журналістика», 2 курс

Київський національний економічний університет

імені Вадима Гетьмана

Науковий керівник — к.філ.н., доцент, доцент кафедри соціології Росінська О.А.

ФОРМАТИ ТРЕВЕЛ-БЛОГУ: ПРОСУВАННЯ, ТЕХНОЛОГІЇ ЗАЛУЧЕННЯ АУДИТОРІЇ, ФОРМАТИ ЖУРНАЛІСТСЬКОЇ РОБОТИ (НА МАТЕРІАЛІ БЛОГУ АНТОНА ПТУШКІНА)

Актуальність дослідження полягає в тому, що тревел-блогінг є одним з найпопулярніших видів блогінгу, що займає значну частину контенту в Інтернеті, натомість питання формування контенту таких блогів і специфіка їх просування недостатньо досліджені. Зокрема це

питання досліджували Трой Гловер, Бінг Пен, Джон Кроттс, Тетяна Бондаренко, Юрій Олійник, але багато питань залишилося невирішеними.

Мета дослідження полягає в аналізі форматів та технологій залучення аудиторії у тревел-блогінгу. Так, визначається, що для просування тревел-блогери використовують різні методи для залучення аудиторії, такі як соціальні мережі, відео на YouTube, креативні промоакції тощо. Аналізуючи ці методи, можна визначити, які з них є найефективнішими, та які мають бути використані для досягнення успіху в даному жанрі. Технології залучення аудиторії у тревел-блогінгу також включають використання SEO-стратегій, реклами та спонсорських матеріалів. Аналізуючи ці технології, можна визначити, які з них найефективніші для залучення аудиторії та збільшення трафіку на сайт.

Теоретичні дослідження щодо форматів і технологій просування тревел-блогів включають роботи з інтернет-маркетингу та соціальної медіа. Практичні дослідження зазвичай пов'язані з аналізом конкретних тревел-блогів та їхніх стратегій просування. Такі дослідження можуть охоплювати аналіз використання соціальних мереж, відео-контенту, SEO-стратегій, платних рекламних кампаній та інших методів просування. Наприклад практичне дослідження, проведене BuzzSumo, визначило найефективніші соціальні мережі для просування тревел-блогів. Дослідження виявило, що Instagram та Facebook є найефективнішими соціальними мережами для залучення аудиторії та просування тревел-блогів.

Конкуренція в сфері тревел-блогів дуже висока, оскільки існує безліч блогерів, які діляться своїми подорожами та досвідом подорожування. Серед успішних тревел-блогів можна відзначити «Nomadic Matt», заснований Меттом Кіллінгсвортом, який пише про бюджетні подорожі та ділиться порадами щодо збереження грошей на подорожах. Його блог є одним з найпопулярніших і має більше 1 мільйона підписників. Ще один успішний тревел-блог — «Expert Vagabond» Джейсона Калланса, який спеціалізується на пригодницьких подорожах та екстремальному туризмі. Він також ділиться порадами щодо бюджетних подорожей і підкреслює важливість збереження природи. Ці блогери та їхні проекти є прикладом того, що успіх у сфері тревел-блогів залежить від якості та цікавості контенту, здатності просувати свій бренд і залучати аудиторію.

Найбільшим конкурентом у вітчизняній сфері я можу назвати Дмитра Комарова із його телепередачою «Світ на виворіт». «Світ на виворіт» — це популярна українська телевізійна програма, яка вийшла в ефір на телеканалі «1+1» у 2014 році. У програмі «Світ на виворіт» журналісти зазвичай здійснюють мандрівки в екзотичні країни, такі як: Індія, Таїланд, Непал, М'янма, Єгипет та інші. Вони знайомлять глядачів з місцевими жителями, демонструють незвичайні місця та відвідують відомі туристичні об'єкти. У кожній серії програми журналісти також намагаються зробити щось незвичайне та екстремальне. Вони можуть спробувати жити на безлюдному острові, зробити сплав на рафтах, піднятися на вершину гори чи спробувати страви екзотичної кухні.

Відмінність блогу Антона Птушкіна від свого вітчизняного конкурента полягає передусім у поданні контенту. Антон знімає свої відео від першої особи не залучаючи до своїх репортажів операторів. Його тревел-блог можна віднести до лайф-контенту, у якому Антон показує все як воно є для звичайного туриста. Статистика переглядів та «уподобайок» в матеріалах Антона Птушкіна показує високий рівень конкурентоспроможності блогу. На платформі YouTube Антон Птушкін — 5.63 млн підписників і 607 млн переглядів. Найпопулярнішим відео є подорож до Швейцарії, який зібрав 40 млн переглядів і 671 тис. лайків. Instagram @ptuxerman — 2.3 млн підписників. Має 793 публікації. У середньому фото-пости збирають 300 тис. лайків. А відео-пости близько 1.5 млн. Менш популярними є Twitter та Facebook. На твіттері Антон має 110 тис. підписників. А на фейсбуці 51 тисяча. Із цього можна зробити висновок, що найвпливовішими соцмережами на аудиторію у Антона Птушкіна є інстаграм та ютуб.

Антон Птушкін у своєму блозі використовує різноманітні формати контенту для привернення уваги своєї аудиторії. Він публікує огляди міст і країн, підготовлені на основі особис-

того досвіду подорожей, статті про культуру та традиції країн, де він був, та ділиться корисними порадами щодо планування подорожей. Антон використовує відеоформат, де він розповідає про свої подорожі та демонструє красу країн, які він відвідав. Також він публікує фотографії з подорожей, що допомагають візуалізувати красу країн і міст.

Антон Птушкін працює над залученням аудиторії до блогу через соціальні мережі. Він публікує фото та відео на своїх профілях у Facebook, Instagram та YouTube, а також використовує Twitter для взаємодії зі своїми підписниками та інших блогерів. Окрім цього, Антон використовує SEO-оптимізацію свого контенту, щоб займати високі позиції у пошукових системах та залучати нових читачів. Антон Птушкін використовує різні стратегії контент-маркетингу для монетизації свого блогу: співпрацює з туристичними компаніями, готелями та іншими партнерами для створення спільного контенту та проведення рекламних кампаній; робить рекламні матеріали та огляди на продукти та послуги, які відповідають його тематиці блогу. При цьому він завжди зберігає чесність і прозорість відносно своїх співпраць, що дозволяє йому зберігати довіру своєї аудиторії. Візьмемо до прикладу відео з ютуб каналу Антона: «Швейцарія. Почти идеальная страна. Большой выпуск» за 15 жовтня 2019 року. У ньому є 2 реклами: реклама компанії Авіасейлс була оголошена у відео у проміжку 1:07 — 1:56 та реклама годинників Certina.

Для покращення якості контенту та залучення більшої аудиторії здійснюється аналітика. Автор відстежує різноманітні метрики, такі як кількість переглядів, лайків, коментарів, підписників та інші, щоб зрозуміти, який контент працює найкраще для його аудиторії. Наприклад, він аналізує, які теми та місця найбільш цікавлять його глядачів, та створює відео про них, або які формати контенту (наприклад, відео з відповідями на запитання) привертають увагу.

Антон Птушкін у своєму блозі активно використовує нові технології та тренди для залучення аудиторії та монетизації блогу. Наприклад, він розміщує свій контент на різних соціальних мережах: Instagram, TikTok, YouTube, Facebook та інших, щоб залучити різну аудиторію та збільшити свою популярність. Він також бере участь у партнерських програмах, співпрацює з брендами та рекламодавцями, щоб заробляти на своєму контенті.

Література

1. Glover T.D, Parry D.C., Shinen K.J. (2005) Building relationships, accessing resources: Mobilizing social capital in community garden contexts. *Journal of Leisure Research* 37 (4), с. 450–474.
2. Litvin S.W., Goldsmith R.E., Pan B. (2008) Electronic word-of-mouth in hospitality and tourism management. *Tourism management* 29 (3), с. 458–468.
3. Pan. B, MacLaurin T., Crotts J.C. (2007) Travel blogs and the implications for destination marketing. *Journal of Travel Research* 46 (1), с. 35–45.
4. Pan B, Crotts J.C. (2012) Theoretical models of social media, marketing implications, and future research directions. *Social media in travel, Tourism and hospitality: Theory, practice and cases*, 1, 73–86. Антон Птушкін [Електронний ресурс] // YouTube. — 2017. — Режим доступу до ресурсу: <https://www.youtube.com/@ptuxermann/featured>.
5. Бондаренко, Т. (2019) Функціонування українського тревел-контенту в соцмережі «Instagram»: аудиторія, тематика, формат. *Образ*, 3(32), с. 58–63.
6. Печеранський І., Катренко В. (2019) Характеристика жанрів тревел-журналістики. *Bulletin of Kyiv National University of Culture and Arts. Series in Audiovisual Arts and Production*. — (2(1); кн. 1).

Жолондівська І.В.

*«Економічна журналістика», 2 курс
Київський національний економічний університет
імені Вадима Гетьмана*

Науковий керівник — асистент кафедри соціології Нікитенко В.М.

ДІЛОВА ЖУРНАЛІСТИКА В УМОВАХ ВІЙНИ: КЛЮЧОВІ ТЕНДЕНЦІЇ ТА ВИКЛИКИ

За час повномасштабного вторгнення РФ економіка в Україні переживала складні часи, згодом український бізнес адаптувався до умов, у яких вимушений функціонувати. Отже, відбувається трансформація фінансового та корпоративного сектору, формується новий попит на якісну ділову інформацію в суспільстві, в основі якої врахування нового економічного та геополітичного контексту.

Мета дослідження: дослідити діяльність ділових медіа в умовах війни. Окреслити виклики, котрі є у роботі ділових журналістів станом на зараз та прослідкувати ключові тенденції, які наразі трансформуються.

Виклад основного матеріалу. Щоб проаналізувати ключові тенденції та виклики, варто дослідити теоретичне визначення терміну «ділова журналістика» у сучасній науковій літературі. Проте, український науковий дискурс мало досліджує ділові медіа. Науковці трактують термін «ділова журналістика» по-різному, тому наразі уніфікованого визначення дефініції немає. Українська дослідниця Юлія Бужинська визначає ділову журналістику як «вид журналістської діяльності, метою якої є задоволення потреб суспільства, його громадян, організацій державного, політичного або комерційного характеру, груп і осіб, які відповідають за прийняття рішень в управлінській сфері бізнесу або безпосередньо беруть участь в економічній діяльності, а також суб'єктів побутової економічної поведінки в особливому виді інформації — діловій» [1]. Людмила Дудченко у монографії «Ділова преса України» визначає ділову журналістику, як «особливу частину аналітичної спеціалізованої періодики, оскільки орієнтована на певний сегмент соціуму, а саме соціально активних людей, залучених до сфери економіко-підприємницької діяльності» [2]. Цікавий варіант визначення терміну пропонує дослідниця Вікторія Нікитенко, яка зазначає, що ділова журналістика — це «масова комунікаційно-інформаційна діяльність, предметом якої є економічно-діловий простір як сукупність галузей економіки і сфер діяльності» [3].

Звернувшись до методу спостереження за роботою ділових медіа та до аналізу джерел, ми встановили низку тенденцій і викликів, які визначають сьгодні вектор розвитку ділової журналістики.

Перший виклик сьогодення для сфери професійної діяльності — низький рівень фінансування. Журналіст Михайло Драпак, вважає, що «медіаландшафт України змінили економічні кризи 2008 та 2014 років. Через них власники видань зменшили дотації або взагалі відмовились утримувати медіапроекти». Ділові видання виявились чи не найвразливішими, адже робота великої кваліфікованої редакції коштувала дорого. Були й політичні причини: наприклад, український «КоммерсантЪ» закрили російські видавці, а «Forbes.Україна», що належав олігархові-втікачу Сергію Курченку, позбавили права на використання бренду [4]. Друга проблема, яка варта уваги, — недостатня професійна підготовка журналістів у відповідній галузі. Діловий журналіст, не маючи бажання та відповідно не вмюючи опанувати важливі знання для роботи при створенні матеріалу, знижує якість ділової інформації, допускається важливих, критичних помилок у висвітленні інформації з питань окремого сегменту бізнесу, що зумовлює недостовірний аналіз фактів. Головний редактор «Forbes Ukraine» Борис Давиденко, зазначає, що погано, коли в країні повністю відсутня ділова-журналістика. «Я докладаю максимум зусиль, щоб знаходити ресурси на кваліфікованих ділових журналістів. Це моя, вважайте, громадянська позиція» [5]. Український журналіст Андрій Яніцький переконаний: «Ми втратили ділових журналістів високого рівня, на них є великий кадровий

голод. Сподіваюсь, що курси для економічних журналістів зможуть виправити цю ситуацію у майбутньому».

Проаналізувавши діяльність двох ділових медіа, а саме The Page та Telegraph Бізнес під час проходження практики, ми виділили ключові тенденції в роботі ділового журналіста. Серед них:

- активне використання мультимедійних технологій для створення медіапродукту (фрагменті відеоінтерв'ю, аудіоверсії текстів, динамічна інфографіка);
- фокус уваги на інтерактивну взаємодію з аудиторією (інтегровані опитування);
- зростання частки користувачького контенту (експертна колонка та експертний блог);
- збільшення частки візуального контенту в ділових медіа: інфографіки, фоторепортажів, колажів

Остання тенденція зумовлена тим, що ділова журналістика переживає активну цифрову трансформацію, яка за останні роки досягає неймовірних взлетів. Наразі, все більше медіа стають конвергентними та створюють мультимедійний контент, важливим складником якого є відео-контент. Читачі не охоче сприймають тільки текст, тому медіа мають пристосовуватися до нових реалій та намагатися придумувати, як залучати аудиторію. Питання, яке варто вирішувати надалі — підвищення рівня професійності майбутнього ділового журналіста. Це сприятиме компетентності та ерудованості при написанні матеріалу про певний сегмент бізнесу. Тому, для цього потрібно заглиблюватися в суть та природу предмету. Варто зазначити виклики, які постають перед журналістом у творчо-виробничому процесі:

- розуміння теми, глибоке занурення в вузькогалузеву ділову проблематику;
- уміння працювати з великими обсягами ділової інформації, перевіряти її різноманітними способами;
- розуміння порядку денного;
- подолання проблеми джинси (замовні матеріали, які не марковані плашкою реклама, спецпроект, новини компанії, які видаються під «соусом» редакційних матеріалів, а насправді просувають певні інтереси, певних груп, людей корпоративних утворень);
- вміння професійно подавати складні вузькогалузеві питання;
- професійні навички оброблення інформації;
- не втрачати часової орієнтації — швидко та оперативно працювати.

На нашу думку, українські ділові-журналісти надалі впроваджуватимуть нові технології у свою повсякденну роботу, а саме: штучний інтелект та блокчейн. Це допоможе покращити окремі елементи творчо-виробничого процесу.

Також зауважимо, що за час повномасштабного вторгнення український бізнес потерпав та відновлювався. Варто очікувати збільшення обсягу інвестицій в Україну, адже іноземні компанії захочуть співпрацювати з українським бізнесом та залучати свій капітал на відбудову України. Прогнозовано, що західні ділові ЗМІ будуть висвітлювати питання щодо відбудови української інфраструктури. Тому, в майбутньому українські ділові медіа можуть залучитися підтримкою та переймати певний досвід ділових західних медіа.

Підсумовуючи зазначене, можемо впевнено сказати, що ділова журналістика потрібна країні, адже це формуватиме загальну картинку читачів про корпоративний сектор, інвестиції європейських партнерів, фінансову грамотність.

Література

1. Бужинська Ю.О. «Типологічна характеристика журнальних ділових видань.» *Держава та регіони. Серія: Соціальні комунікації* 2 (2011): 9–14.
2. Дудченко Л.М. «Ділова преса України.» (2019).
3. Нікитенко В.М. «Ділові медіа в сучасному науковому дискурсі соціальних комунікацій: передумови виникнення та становлення.» (2020).
4. Михайло Драпак. «Media Lab Online — онлайн видання про медіа. Діло буде». (2018).
5. Катерина Москалюк. «Media Lab Online — онлайн видання про медіа. Заводи та медіа». (2021).

Купрієнко А.К.

*«Економічна журналістика», 2 курс
Київський національний економічний університет
імені Вадима Гетьмана*

Науковий керівник — асистент кафедри соціології Нікитенко В.М.

ІНСТРУМЕНТАРІЙ СТВОРЕННЯ ВОЄННОГО РЕПОРТАЖУ: ТРАДИЦІЇ ТА НОВАЦІЇ ПІД ЧАС ПОВНОМАСШТАБНОГО ВТОРГНЕННЯ

Актуальність створення якісних, фахових воєнних репортажів зараз є надзвичайною, адже в умовах повномасштабної війни, яку розв'язала Росія проти України, цей жанр є ключовим для фіксації численних воєнних злочинів та злочинів проти людяності. Репортажі надають важливу інформацію про ситуації на фронті, про ключові події на полі бою, плани ворога та його дії. Ця інформація необхідна широкій громадськості для розуміння ситуації на місцях усвідомлення тих подій, що мають місце в новітній історії України станом на зараз. Люди хочуть бути свідками, а воєнна журналістика їм у цьому допомагає, інформуючи про все важливе, що відбувається в гарячих точках і на полі бою. Ми переконані, що репортажі про війну мають підтримувати журналістську етику та добросовісність, зокрема ґрунтуватися на принципах точності, неупередженості, поваги до честі та гідності інших осіб. Вони мають репрезентувати глибоке занурення в тему, розуміння принципів репортажності, реалій воєнного часу та інструментів створення репортажу. Саме тому зростає актуальність у теоретичному осмисленні структури та змістового наповнення воєнних репортажів сьогодні з метою прослідкувати певні взаємозалежності та закономірності, які можуть допомогти практикам покращити рівень їхньої майстерності.

Предмет дослідження — репортажі, створені під час військових дій в Україні. Об'єкт дослідження — принципи створення та змістове наповнення воєнних репортажів.

Мета дослідження — визначити структуру та змістове наповнення воєнних репортажів у матеріалах ВВС.

Для досягнення поставленої мети потрібно розв'язати низку дослідницьких завдань:

1. з'ясувати теоретичні підходи до визначення жанру «воєнний репортаж», принципів його створення;

2. проаналізувати структуру та змістове наповнення воєнних репортажів на прикладі матеріалів ВВС.

Методи дослідження: дослідити за допомогою загальнонаукових теоретичних методів (аналізу, синтезу, індукції, дедукції, узагальнення, порівняння, класифікації) підходів до визначення сутності поняття «воєнний репортаж», особливостей його створення у практиці сьогодення. За допомогою медіамоніторингу дослідити структуру та змістове наповнення воєнних репортажів, щоб узагальнити певні принципи їх створення.

Ось кілька цитат українських науковців на тему репортажів про війну:

«Роль медіа виникає саме в тому, щоб розібратися в конфлікті, пояснити його, повідомити особливості та відшукати інші точки зору. Журналісти повинні розуміти, чого прагнути всі сторони конфлікту, і який є можливість варіанти для деескалації, компромісу або навіть можливого врегулювання конфлікту». — Карпчук Наталя.

«Описані ризики та специфіка перебування журналістів у зоні воєнного конфлікту свідчать про важливість усебічного вивчення й висвітлення правил безпечної та ефективної роботи працівника медіа за вказаних умов». — Олександр Войтка.

Щоб дослідити реальну практику створення воєнного репортажу в умовах воєнного часу ми вирішили провести медіамоніторинг матеріалів ВВС. Воно було обрано через рівень професійності і відданості роботі ВВС.

Моніторинг було проведено за лютий 2023 року, а саме на онлайн порталі ВВС. Загалом було опубліковано 250 матеріалів про війну за цей час, але з них було лише 4 репортажі.

Ось деякі з ключових елементів: Заголовки лаконічні, точні та привертають увагу; Основна частина містить короткий виклад найважливішої інформації. Вони надають більше дета-

лей і контексту щодо теми; Висновки підсумовують ключові моменти доповіді та дають читачеві чіткий висновок, добре написані, лаконічні та залишають незабутнє враження.

Дуже зручним фактором також є наявність відео-роликів, які якнайкраще передають атмосферу репортажів.

Аналізуючи структурні елементи військових репортажів від BBC Україна, можна отримати уявлення про те, як вони написані та як можуть вплинути на аудиторію:

Інформативний: надайте читачам корисну інформацію, яку вони, можливо, не знали раніше, наприклад факти, цифри чи аналіз.

Переконливий: може передавати певну точку зору чи аргумент таким чином, щоб переконати читачів зайняти певну позицію чи вжити певних дій.

Емоційний: репортажі здатні викликати у читачів почуття жаху, співчуття чи люті. Ці почуття можуть впливати на те, як читачі інтерпретують і реагують на надану інформацію.

За результатами опрацювання теоретичних джерел і вивчення журналістських матеріалів у жанрі воєнного репортажу, ми визначили низку важливих принципів створення ефективного репортажу на воєнну тематику.

1. Заголовок: це часто перше, що бачать читачі, і він повинен привертати увагу та бути інформативним. Він може містити інформацію про місце події, ключових гравців і поточний стан конфлікту.

2. Вступ: повинен надати читачам короткий огляд конфлікту, ключових гравців та останніх подій. Він також має визначити тон і мету репортажу.

3. Основна частина: Основна частина прагне представити глибокий і неупереджений аналіз конфлікту, спираючись на різноманітні джерела та точки зору, щоб надати розуміння причин, перебігу та наслідків боротьби.

4. Містить ретельний аналіз конфлікту, деталізує його причини, залучені сторони, стратегію і тактику, застосовану воюючими сторонами, і його результати. У цьому розділі можуть бути розглянуті політичні, економічні та соціальні наслідки конфлікту, а також його вплив на цивільне населення та гуманітарна криза.

5. Розділи про конкретні битви чи кампанії, а також частини про загальний розвиток конфлікту включені в основну частину. Він також може включати точки зору з різних джерел, таких як військові командири, представники уряду, журналісти та звичайні громадяни, які безпосередньо пережили конфлікт.

6. Довідкова інформація: У цьому розділі подається контекст та історія конфлікту, включаючи причини, події, що призвели до конфлікту, та ключових учасників конфлікту.

Окремо зауважимо елементи, які можуть посилити воєнний репортаж:

1. аналіз: думки експертів і учасників подій щодо конфлікту, зокрема щодо військової стратегії, політичних наслідків і впливу на цивільне населення;

2. соціальний блок: журналісти можуть включати інтерв'ю з цивільними особами, військовими та іншими ключовими учасниками конфлікту. Ці інтерв'ю надають інформацію про вплив війни з перших вуст і додають глибини репортажу;

3. мультимедійний контент: фото та відео, які не порушують журналістських стандартів, є інформативними та передають настрій з місця подій, можуть допомогти читачам зрозуміти вплив війни на людей, місця та речі. Вони можуть надати контекст конфлікту і допомогти читачам емоційно долучитися до історії.

Отже, на нашу думку, завдання воєнних репортажів сьогодні бути об'єктивними, точними та інформативними. Вони повинні давати читачам всебічне розуміння конфлікту та його впливу на людей, місця і речі. Журналісти відіграють вирішальну роль у висвітленні війни, оскільки вони допомагають інформувати громадськість і змушують владу відповідати за свої дії.

Військовий репортаж характеризується швидкістю, динамічністю, здатністю бачити те, що відбувається, активна позиція автора допомагає створити «відчуття присутності» і дозволяє читачеві бачити і відчувати події разом з репортером. Для того, щоб спроектувати об'єктивну і реалістичну реальність і створити «візуальний ефект», військовим репортерам

необхідно ділитися з читачами своїми думками, враженнями і побоюваннями, а також взаємодіяти з учасниками подій.

Структура військових репортажів має бути організована чітко та лаконічно, з акцентом на надання читачеві точної та актуальної інформації. Їх слід писати так, щоб читач міг їх зрозуміти, простою мовою та без важких військових визначень.

Важливо включити точки зору з багатьох джерел, включаючи військових чиновників, урядовців і цивільних осіб, щоб забезпечити комплексне бачення конфлікту. Репортажі мають надавати контекст і довідкову інформацію, щоб допомогти читачам зрозуміти основні причини конфлікту та його історичний контекст.

Журналісти репрезентують військовий досвід тих, хто безпосередньо брав участь у подіях на сході України. Це водночас слугує формуванню всебічного та цілісного війни та наслідків війни.

Повідомляючи про втрати, репортажі про війну повинні зосереджуватися на людському впливі конфлікту, включаючи кількість постраждалих цивільних. Важливо визнавати обмеження репортажів, включаючи проблеми репортажів із зони конфлікту та потенціал дезінформації чи пропаганди. Інколи також важливо пам'ятати про можливі обмеження.

Результати дослідження: на нашу думку, воєнні репортажі — це важлива форма журналістики, яка допомагає інформувати громадськість про події та наслідки війни у реальному часі. Ці репортажі, як правило, побудовані таким чином, щоб надати читачам всебічний огляд конфлікту, включаючи його причини, вплив на цивільне населення та військовослужбовців, показати воєнні злочини. Таким чином, воєнні репортажі мають висвітлювати гуманітарні наслідки конфлікту, включаючи вплив на біженців, переміщених осіб та інші вразливі групи населення.

Література

1. «Роль журналістики під час конфлікту: випадок України» Іванова П.О.(2017)., опубліковано в *Journal of Media Ethics* (5)
2. «Роль ЗМІ у формуванні громадської думки під час конфлікту: випадок України» авторства Петрової А.М. (2016), *Journal of Mass Комунікація та журналістика*, (76-91)
3. «Вплив соціальних медіа на репортаж про війну: випадок України» авторства Коваленко О.І., опубліковано в *Журналі нових медіа та суспільства* — 2018
4. «Роль контексту у репортажах про війну: випадок України» авторства Лисенко М.О., опубліковано в *Журналі конфліктів і комунікацій* — (2017)
5. Карпчук Н. (2019). Медіальні донесення з війни як інструмент протидії у медіавійні. *Історико-політичні проблеми сучасного світу*, (40), 93–100. <https://doi.org/10.31861/mhpi2019.40.93-100>
6. Войтка О. В. Особливості роботи українських журналістів у зоні воєнного конфлікту / Олександр Володимировича Войтка (10) — 81 с.

Матеріали, за якими проводився аналіз структури:

Бахмут поки що тримається, але чи надовго. Репортаж [Електронний ресурс] // BBC. — 2023. — Режим доступу до ресурсу: <https://www.bbc.com/ukrainian/features-64567069>

Битва за Бахмут. Репортаж з міста-фортеці [Електронний ресурс] // BBC. — 2023. — Режим доступу до ресурсу: <https://www.bbc.com/ukrainian/media-64636750>

Битва за Бахмут. Росіяни повільно оточують місто [Електронний ресурс] // BBC. — 2023. — Режим доступу до ресурсу: <https://www.bbc.com/ukrainian/news-64622162>

«На них чекають смерть і чорні пакети» — як ЗСУ охороняють кордон з Білоруссю [Електронний ресурс] // BBC. — 2023. — Режим доступу до ресурсу: <https://www.bbc.com/ukrainian/media-64653186>

Мартинчук К.

«Економічна журналістика», 2 курс

Київський національний економічний університет

імені Вадима Гетьмана

Науковий керівник — асистент кафедри соціології Нікитенко В.М.

ОСОБЛИВОСТІ ВІДОБРАЖЕННЯ РИНКУ АВТОМОБІЛІВ УКРАЇНСЬКИМИ БІЗНЕС-МЕДІА

Ринок автомобілів - це один з найпопулярніших і найуживаніших ринків в Україні. Він постійно змінюється та пристосовується до нових умов і вимог, тому висвітлення та оцінка його стану та зростання в українських бізнес-медіа є важливою інформаційною складовою для бізнесменів, експертів та інших. У цьому значенні українські бізнес ЗМІ, що представляють характеристику автомобільного ринку, можуть включати огляди ринку, новини про продажі автомобілів та їх моделі, експертні огляди тенденцій ринку, порівняння цін на автомобілі різних марок і класів, аналіз законодавчих змін, що впливають на ринок. У зв'язку зі швидкістю розвитку автомобільного ринку, ділові ЗМІ намагаються своєчасно та всебічно відображати всі аспекти, пов'язані з цим ринком.

Актуальність. За статистикою головного сервісного центру МВС кількість автомобілістів та автомобілів постійно збільшується. Найгірша ситуація в Києві, але якщо медіа на постійній основі будуть висвітлювати проблематику автомобільного ринку, то кияни зможуть переоцінити свої можливості та можливо навіть прийняти рішення про відмову власного транспорту на користь спільного. Бізнес-медіа мають важливу роль у забезпеченні якісної та оперативної інформації про цей ринок, що дозволяє бізнесменам, експертам та громадськості в цілому бути в курсі тенденцій і змін на ньому. З огляду на зазначене, можна стверджувати, що проблема відображення ринку автомобілів в українських бізнес-медіа є досить актуальною та важливою для бізнесу та громадськості в цілому.

Мета дослідження. Вивчення особливостей відображення ринку автомобілів українськими бізнес-медіа.

Методи дослідження: Основними методами є теоретичний підхід, а саме аналіз, тлумачення, огляд.

Жанри публікацій про ринок автомобілів в українських бізнес-медіа. Журналісти, які пишуть про автомобільний ринок в Україні, використовують різноманітні жанри, щоб зацікавити та надати оперативну інформацію читачеві.

Найуживаніші жанри.

- Новини. Щоб відчувати новину, репортер повинен мати «довгого носа» — бути допитливим і прагнути докопуватися до істини. Блейк Хупер з WNPT із Алабами зазначає, що деякі люди проїжджатимуть повз недобудований будинок щодня і жодного разу не подумують про нього. Але справжній репортер, каже Хупер, одразу поцікавиться, що будується, скільки це коштує, хто за це платить, хто отримав там роботу і яке значення це матиме для місцевої економіки і довкілля. Цікаві історії можна знайти всюди. Репортери повинні лише як слід «принюхатися» і «вистежити» їх (1, с. 147). Журналісти доповідають про нові моделі, ринкові тренди, зміни в законодавстві, знижки та акції в автосалонах тощо.

- Експертні огляди. Жанр журналістики, який містить оцінки сукупності однорідних фактів з певної сфери життєдіяльності людей певного часу з метою дати аудиторії об'єктивну і цілісну картину дійсності, своєрідну панораму життя, одну з його сфер (3). Журналісти інтерв'юють експертів з різних галузей, таких як автомобільна індустрія, маркетинг, технічне обслуговування та інші, щоб отримати їхнє професійне бачення ринку.

- Репортажі. Інформація, повідомлення, розповідь в періодичних виданнях, у радіо- і телерадіо- передачах про важливі події суспільного життя, а також мистецької та літературної дійсності, матеріал з місця подій (4). Журналісти можуть побувати на автосалонах, автомобіль-

них виставках, досліджувати автомобільну інфраструктуру та інші події, щоб донести інформацію до своїх читачів.

- Інтерв'ю. Жанр, де наявність одного-єдиного джерела інформації припустима і безальтернативна (5). Це дозволяє отримати різноманітні погляди на автомобільний ринок в Україні та дізнатися більше про конкретні питання, які цікавлять читачів.

- Аналіз. Стратегія якісного аналізу передбачає виявлення деяких загальних закономірностей у різних явищах дійсності, а також з'ясування причинно-наслідкових зв'язків між різнорідними фактами. З цією метою наявні в розпорядженні журналіста дані класифікуються і групуються за певними ознаками та критеріями (2, с. 161). Журналісти можуть досліджувати ринкові тренди, відстежувати зміни в продажах автомобілів, аналізувати цінову політику автосалонів та інші аспекти.

Виявлення факторів, які впливають на відображення ринку автомобілів українськими бізнес-медіа.

Деякі з факторів, які можуть впливати на відображення ринку автомобілів українськими бізнес-медіа:

- політична ситуація в країні (війна) — в Україні панує нестабільність, це впливає на розвиток ринку автомобілів та, відповідно, на якість матеріалів в бізнес-меді;
- економічні умови — стан економіки України, зокрема курс валют, може впливати на ринок автомобілів та відображення цього ринку у медіа;
- конкуренція — наявність конкурентів серед медіа змушує їх звернути увагу на ті чи інші аспекти ринку автомобілів та змінити тон матеріалів;
- рекламні інтереси — наявність рекламних контрактів з автовиробниками та дилерами впливає на тон та обсяг матеріалів про ринок автомобілів;
- прихильність до того чи іншого бренду — особисті симпатії та переконання журналістів можуть вплинути на висвітлення та обсяг матеріалів про ринок автомобілів;
- доступність інформації — доступність даних про ринок автомобілів, зокрема статистичних даних, впливає на глибину та якість аналізу ринку у медіа;
- аудиторія — потреби та інтереси аудиторії медіа також впливають на тон та обсяг матеріалів про ринок автомобілів.

Ось кілька спостережень, які могли б допомогти покращити імідж автомобільного ринку в українських ділових ЗМІ:

• асоціація експертів — ЗМІ може запрошувати експертів, які мають професійні навички в галузі автомобільного ринку, для надання консультацій та інформації щодо поточних умов ринку. Це може допомогти підвищити якість матеріалів та їх аналітичних компонентів. Подібні асоціації можуть допомогти покращити розумілість та орієнтованість в зазначеній галузі;

• розробка інтерактиву— графіків і діаграм, які можна використовувати для відображення статистичної інформації про автомобільний ринок, що зробить інформацію зрозумілішою та доступнішою для аудиторії. Це допоможе зацікавлювати аудиторію та охоплювати як найбільше людей;

• огляди новинок — ділові ЗМІ можуть проводити огляди нових моделей автомобілів і давати рекомендації щодо їх вибору. Це може бути корисною інформацією для аудиторії, яка шукає інформацію про конкретну модель. Але не варто забувати про створення моделі або випадки, які можуть бути чудовим варіантом для порівняння цін, якості, комфорту. ЗМІ можуть звернути увагу не тільки на нові моделі автомобілів, а й на інші аспекти ринку, наприклад, стан доріг та інфраструктури, вплив розвитку електрокарів на ринок, різниця в ціні.

Результати дослідження показали, що українські ділові ЗМІ надають достатньо інформації про автомобільний ринок, але часто не мають аналітичного підходу до подачі матеріалу. Також було виявлено недостатню увагу до новин світового авторинку.

Література

1. Мельник Г.С., Тепляшина А.Н. Основы творческой деятельности журналиста

2. [https://uk.wikipedia.org/wiki/%D0%9E%D0%B3%D0%BB%D1%8F%D0%B4_\(%D0%B6%D1%83%D1%80%D0%BD%D0%B0%D0%BB%D1%96%D1%81%D1%82%D0%B8%D0%BA%D0%B0\)](https://uk.wikipedia.org/wiki/%D0%9E%D0%B3%D0%BB%D1%8F%D0%B4_(%D0%B6%D1%83%D1%80%D0%BD%D0%B0%D0%BB%D1%96%D1%81%D1%82%D0%B8%D0%BA%D0%B0))
3. <https://uk.wikipedia.org/wiki/%D0%A0%D0%B5%D0%BF%D0%BE%D1%80%D1%82%D0%B0%D0%B6>
4. https://academy.suspilne.media/articles/intervyu_yak_metod_i_yak_zhanr
5. <https://www.autocentre.ua/>
6. <https://mvs.gov.ua/uk/activity/prevention-corruption/statistika?page=3>

Семенченко П.

*«Економічна журналістика», 2 курс
Київський національний економічний університет
імені Вадима Гетьмана*

Науковий керівник — асистент кафедри соціології Нікітенко В.М.

ТРАНСФОРМАЦІЙНІ ПРОЦЕСИ В СУЧАСНІЙ ДІЛОВІЙ МЕДІАІНДУСТРІЇ

Глобалізація, технологічні інновації, соціальні зміни — все це сприяє постійній трансформації ділової медіаіндустрії. Для багатьох видавництв і медіакомпаній традиційні моделі стали непридатними, тож вони шукають нові шляхи для забезпечення своєї життєздатності та залучення читачів.

Стрімкий розвиток технологій та поширення електронної комунікації сприяють створенню нових медіаформ, з якими слід рахувати у бізнес-середовищі, що і зумовлює актуальність нашого дослідження. Зауважимо, що питання трансформаційних процесів у медіаіндустрії певною мірою висвітлювали у своїх працях В. Брадов [1], О. Сухорукова, А. Кваско [2], С. Телетова [3], А. Качкаєва [4] та інші. Питання трансформаційних процесів у медіагалузі актуальне ще й тому, що важливо розуміти, які нові технології, платформи та типи з'являються у сфері ділових медій, та як вони впливають на споживачів та на саму сутність ділової журналістики. Крім того, вивчення цієї теми допоможе розуміти виклики, з якими стикаються медіаорганізації у змінному середовищі.

Об'єктом дослідження є ділова медіаіндустрія, предметом дослідження — трансформаційні процеси в діловій медіаіндустрії.

Мета дослідження - проаналізувати та оцінити трансформаційні процеси, що відбуваються в сучасній діловій медіаіндустрії, з'ясувати їх причини і наслідки.

Результати дослідження. З початку ХХІ століття головною рушійною силою трансформацій в діловій медіаіндустрії стало всезагальне поширення інформаційних технологій, інтернету та соціальних медіа. Сьогодні користувачі мають широкий доступ до інформації, змінюється споживання та генерація контенту, а професійні медійні платформи змушені адаптуватися та змінювати свої підходи щодо видання, розповсюдження та монетизації контенту.

Одним з ключових трансформаційних процесів у сучасній діловій медіаіндустрії є перехід від традиційних засобів масової інформації, таких як газети, журнали, радіо та телебачення, до цифрових каналів, а саме онлайн-медіа. Особливості всесвітньої мережі Інтернет, зокрема соціальні мережі, форуми, блоги, онлайн-відео, подкасти, дозволяють не тільки зручно і швидко отримувати інформацію, але й взаємодіяти з контентом, здійснювати обмін інформацією та враженнями з іншими користувачами. Сьогодні мільйони людей спостерігають свій контент у соціальних мережах поруч з їжею та виконанням інших повсякденних обов'язків. Тому відео на YouTube, особисті вебсайти й блоги, соціальні мережі й мультимедіа сайти — весь цей новий тип контенту потужно впливає на систему масової комунікації.

Інший важливий чинник трансформації ділової медіаіндустрії - збільшення активності журналістів в соціальних мережах. Відкритість і доступ до даних дозволяє медіа-фіхівцям спілкуватися напряму з експертами та професійної ринкової спільнотою, швидко збирати

коментарі та взаємодіяти з героями та експертним середовищем. Зростання обсягів контенту та фрагментація аудиторії породжують потребу в розвитку нових стратегій управління контентом. Медіавидання мають бути гнучкими та оперативними, постійно аналізувати потреби й інтереси аудиторії, враховувати відгуки та пропозиції своїх читачів. Крім того, на перший план вийшла така проблема, як оптимізація контенту для різних каналів взаємодії. Зростання обсягів контенту та фрагментація аудиторії породжують потребу в розвитку нових стратегій управління контентом. На сьогоднішній день оптимізація контенту для різних каналів взаємодії, дає змогу залучати нову аудиторію та зберігати існуючу.

Приклад медіа, яке успішно використовує стратегії управління контентом, є український сайт новин «Українська правда». В них є окремі розділи для політичної, економічної, культурної та наукової інформації, що дозволяє аудиторії швидко знаходити потрібну інформацію. Крім того, «Українська правда» активно використовує соціальні мережі, такі як Facebook, Twitter, Instagram, TikTok і Telegram, щоб привернути нову аудиторію та зберігати існуючу. «Українська правда» змінює свій контент залежно від каналу взаємодії. На їх веб-сайті вони публікують детальнішу та аналітичну інформацію, тоді як на їх сторінках у соціальних мережах вони публікують короткі новини та інші легкі матеріали, щоб привернути більше уваги та залучити нових читачів. Також, вони відправляють email-розсилки зі збірками новин та інших матеріалів, щоб зберегти інтерес своїх підписників.

Трансформаційні процеси в діловій медіаіндустрії також призводять до появи нових бізнес-моделей і технологічних інновацій. Відрив від традиційних засобів масової інформації та власні організації виробництва й розповсюдження медіапродукції дають можливість обмеженому колу учасників ринку поліпшити якість власних послуг, відкривши для себе нові форми і способи комерціалізації медіапроектів. «І це не дивно — сьогодні структурно диференційовані підсистеми медіа, індустрія виробництва, збереження та розповсюдження інформаційних продуктів є по-справжньому невід'ємною частиною ринкової економіки, а засоби масової комунікації перетворилися на суб'єкти ринкових відносин» [1, с. 250].

Ще одним напрямом зміни в діловій медіаіндустрії є нові тренди галузі, а саме мультимедійність, кросмедійність, трансмедійність. Мультимедійність веде до інструментальної універсальності платформ, які стають кросмедійними, до того ж в основі виробництва лежить «сюжет», а не тип медіа. Трансмедійність і конвергенція стають філософією контенту, платформ, нових професій і сучасних споживачів медіа. Мультимедійність впливає на конкурентоспроможність ЗМІ; змінюються стратегії традиційних ЗМІ та їх онлайн-версій. Маркетинговим інструментом для медіа виступають поняття «доповнена реальність» і «second life» (спосіб віртуального існування як людини, так і медіа) [4, с. 54–55]. Трансмедіа — в основному контент розповсюджений на кількох платформах, якщо ви перебуваєте лише на одній платформі, ви не можете визначити її вміст, тобто вам доведеться переходити між ними. Основна ідея кросмедійності полягає в тому, щоб розповісти одну історію через різні медіа-формати, залучаючи аудиторію на різних платформах і каналах.

Приклад мультимедійного контенту в українських ділових медіа — це «LIGA.net». На сайті публікуються як повідомлення про останні новини, так і інтерв'ю з експертами, подкасти та графічні матеріали. У «LIGA.net» є розділ, де публікуються відео та фото подій. На сайті «LIGA.net» можна знайти відеоінтерв'ю з провідними економістами та фінансистами, які діляться своїми думками щодо глобальних економічних трендів та подій в Україні. Мультимедійний контент на «LIGA.net» також включає візуалізації даних, графіки та інфографіку, які допомагають читачам краще зрозуміти складну інформацію [5].

«NV.ua» є прикладом кросмедійності в українському діловому медіа-просторі. Він використовує різні медіа-формати, такі як текст, фото, відео, аудіо, графіка, щоб забезпечити своїм читачам різноманітні та цікаві матеріали. На сайті «NV.ua» з'являються інтерактивні проекти, відеорепортажі, аудіопідкасти, розслідування, а також візуалізації даних та інше. Кросмедійність «NV.ua» забезпечується за рахунок поєднання різних медіа-форматів та

співпраці з іншими медіа, що дозволяє привернути більше користувачів та забезпечити якість та різноманітність інформації [6].

Трансмедійність медіа «Економічна правда» — має велику кількість різноманітних медіа-платформ, таких як веб-сайт, соціальні мережі, а також спеціалізовані блоги та проєкти. Вони використовують ці платформи, щоб створювати та поширювати новини, інтерв'ю, аналізи, відеоматеріали та інші медіаформати, на різних платформах, що дозволяє їм залучати різний тип аудиторії, і цим дозволяє використовувати концепцію трансмедійності [7].

Висновки. Отже, трансформаційні процеси в сучасній діловій медіаіндустрії характеризуються низкою інновацій та змін в усіх елементах системи, зокрема в медіапродукції, маркетингу та змісті. Також можна підкреслити стрімкість змін та значні виклики, з якими стикаються медіавидання. Виклики потребують від основних діячів гнучкості, постійного розвитку, вміння пристосовуватися до нових ділових моделей та відповідальне ставлення до аудиторії. Трансформаційні процеси в сучасній діловій медіаіндустрії є складними та стосуються багатьох аспектів, насамперед: технологічного, технічного, контентного, редакційного, жанрового, аудиторного. Технологічний прогрес призвів до радикальної трансформації способів подання інформації та доступу до неї, розмивання кордонів між традиційними медіа, зближення і взаємопроникнення.

Література

1. Брадов В. Проблематика досліджень медіаринку України в ракурсі соціальних комунікацій. Збірник праць Науково-дослідного інституту пресознавства №7. 2017. С. 249–261.
2. Сухорукова О., Кваско, А. Стан та особливості дослідження концентрації у медіа індустрії. Економіка та суспільство №39. 2022. URL: <http://www.economyandsociety.in.ua/index.php/journal/article/view/1408/1357>
3. Телетова С.Г. Конвергентні процеси у сфері журналістики, реклами та PR (медіа комунікації). Україна у світових глобалізаційних процесах: культура, економіка, суспільство: тези доповідей Міжнар. наук.-практ. конф., Київ, 23–24 березня, 2022 р. Київ : Вид. центр КНУКіМ, 2022. С. 32–35.
4. Качкаєва А. Цифрові медіа та ринок інтернету: аудиторія, мультимедійний контент, бізнес-моделі.
5. LIGA.net
6. NV.ua
7. <https://www.pravda.com.ua/>
8. <https://www.epravda.com.ua/>

Сусла Д.О.

*«Економічна журналістика», 1 курс
Київський національний економічний університет
імені Вадима Гетьмана*

Науковий керівник — к.філол.н., доцент кафедри соціології Малиш М.М.

СТАНДАРТИ ЖУРНАЛІСТИКИ ПРИ ВИСВІТЛЕННІ КРИМІНАЛЬНОЇ ТЕМАТИКИ

Професійні стандарти важливі у будь-якій сфері нашого життя. Будинок, збудований з недотриманням будівельних умов, може впасти. Їжа, приготована без урахування санітарних вимог, може вбити. Не менш важливими є і професійні стандарти в журналістиці — адже медіа формують наше світосприйняття. Саме через їх призму ми бачимо дійсність, і те, наскільки призма буде чистою, визначає наше ставлення до цієї дійсності.

Висвітлюючи кримінальну тематику, журналіст має зіставляти отриману інформацію з відомостями з офіційних джерел (представників прес-служб правоохоронних органів, слідчих тощо), опиратися на версії слідства.

Перебуваючи на місці події, не завжди потрібно домагатися «ефекту присутності», в окремих випадках достатньо створити уявлення про суть кримінального правопорушення (про-

ступку, злочину). Зокрема, у матеріалі недоречно згадувати криваві, шокуючі подробиці та деталі злочину. Загибла людина — це особистість, а не лише фізична оболонка, тому неприпустимо називати загиблих «трупамі». Доречно вживання «тіла», якщо йдеться про певну кількість постраждалих і необхідно узагальнити, проте це неетично, коли згадується конкретна ідентифікована особа [2].

Стандарти та етика журналіста при висвітленні кримінальних процесів мають важливе значення для забезпечення достовірності інформації, а також збереження гідності та прав громадян, які стали учасниками кримінальних подій. Деякі з основних стандартів та етичних принципів, які мають дотримуватися журналістами при висвітленні кримінальних подій, передбачають:

- об'єктивність — журналісти мають надавати об'єктивну інформацію про кримінальну подію без побічних впливів або інтересів. Необхідно дбати, щоб висловлювання не були тенденційними, не спрямовувалися на когось конкретного;

- точність — журналісти повинні перевіряти інформацію, перш ніж вона стане доступною аудиторії. Важливо перевірити походження інформації, а також джерела, які її підтверджують;

- невикористання насильства для привернення уваги аудиторії — журналісти повинні дотримуватися етичних принципів та враховувати почуття сімей жертв;

- дотримання принципу «спочатку про вівцю, потім про вовка» — журналісти мають надавати пріоритет інформації про жертв та їхніх родичів, а не про злочинців;

- дотримання закону — журналісти повинні дотримуватися законів і правил висвітлення кримінальної тематики — таких, як конфіденційність джерела інформації, захист прав жертв та підозрюваних;

- відокремлення фактів від думок — журналісти повинні розрізняти факти та думки, щоб не допускати поширення неперевіреної інформації [1].

Перелічені стандарти є міжнародними: професійні організації журналістів, такі як Національна асоціація журналістів (National Association of Journalists) у США та Європейська федерація журналістів (European Federation of Journalists) у Європі, працюють над тим, щоб підтримувати та розвивати ці стандарти. Тому необхідно їх дотримуватися при висвітленні кримінальної тематики для захисту прав та інтересів зацікавлених сторін.

Література

1. Мова ворожнечі та ЗМІ: міжнародні стандарти та підходи / за ред. О. Бондаренко, М. Буткевича, І. Федорович. Київ, 2015. 64 с. URL: <http://labs.journ.univ.kiev.ua/hrj/wp-content/uploads/>

2. Червінчук А.О. Кримінальна проблематика у ЗМІ; за ред. С.Л. Назарчук, Одеса, 2021. URL: <http://dspace.onu.edu.ua:8080/bitstream/>

Хайрулін Д.Ю.

«Економічна журналістика», 2 курс

Київський національний економічний університет

імені Вадима Гетьмана

Науковий керівник — асистент кафедри соціології Нікітенко В.М.

РОЛЬ ДИЗАЙНУ У ВІЗУАЛІЗАЦІЇ ПРОДУКТУ ДЛЯ БІЗНЕС-ЖУРНАЛІСТИКИ

У сучасному медіа середовищі, сповненого безперервного потоку найрізноманітнішої інформації, аудиторія має обмежений час та увагу на прочитання новин. Як майбутні фахівці з журналістики, ми маємо знайти способи, як зробити інформацію з бізнес-проблематики дос-

тупнішою та зрозумілішою для наших читачів. І саме тут дизайнерські інновації можуть надати нам неоціненну допомогу.

Актуальність дослідження полягає в зростаючій ролі візуалізації медіапродукту у бізнес-журналістиці. Завдяки широкому доступу до інформації та збільшенню кількості даних, які необхідно передати аудиторії, дизайнерам потрібно докладати зусиль, щоб зробити дані більш зрозумілими та цікавими. У зв'язку з цим і постає необхідність дослідження ролі дизайну у візуалізації медіапродукту для бізнес-журналістики.

Об'єктом дослідження виступає дизайн медіа-продукту у бізнес-журналістиці та його сприйняття аудиторією. *Предметом дослідження* є роль дизайну у візуалізації продукту, яка полягає у створенні візуальної ідентичності та забезпеченні зручності використання користувачами.

Під час дослідження було проаналізовано та використано вітчизняну та зарубіжну наукову літературу, зокрема — досвід науковців і журналістів А. Каіро [1], С. Фью [2], Р. Косари [3], О. Швед [5], М. Фронощук [4] та інших.

Метою дослідження є вивчення ролі дизайну у візуалізації медіапродукту для бізнес-журналістики, визначення найефективніших методів візуалізації даних та аналіз їх впливу на сприйняття аудиторією. З огляду на це, визначено такі завдання:

1. вивчити теоретичні аспекти щодо візуалізації даних у бізнес журналістиці;
2. проаналізувати різноманітні методи візуалізації даних та їх ефективність у роботі з аудиторією;
3. дослідити вплив дизайну та візуалізації даних на сприйняття аудиторією медіапродукту для бізнес-журналістики;
5. проаналізувати та визначити принципи ефективної взаємодії журналістів та дизайнерів з метою дієвого поєднання тексту та візуальних елементів;
6. розглянути можливості застосування нових технологій та інструментів у візуалізації медіапродукту для бізнес-журналістики.

Під час дослідження було використано **методи** аналізу, синтезу, порівняння та узагальнення.

Застосування дизайну в фінансових і бізнес-матеріалах може допомогти журналістам створювати зрозумілі та привабливі графіки, діаграми та інші візуальні елементи, які роблять інформацію доступнішою та легко засвоюваною для аудиторії. Журналіст та дизайнер Альберт Каіро впевнений, що будь-яка інформація повинна мати свою форму. Це може зменшити кількість непорозумінь, пов'язаних з фінансовими термінами та показниками, які можуть бути складними для розуміння пересічними читачами, адже направить їх погляд на максимально просту інформацію, яка буде висвітлена у вигляді яскравої картинки [1, с. 8]. При цьому, не слід використовувати занадто багато дизайнерських інновацій: науковець Стефан Фью переконаний, що навіть банальне додавання 3D у кругову діаграму зовсім не покращує візуальну складову, а навпаки — ускладнює читання [2, с. 13]. Таку саму думку висловлює зарубіжний дослідник Роберт Косара, який впевнений у тому, що збільшення кількості візуальних компонентів може погіршити фінальний результат [3, с. 698].

Ні для кого не секрет, що інтерактивність та мультимедійність у графічному дизайні можуть привернути більше уваги до журналістських матеріалів і збільшити їх вплив на аудиторію. Навіть, здавалося б, звичайне використання яскравого та привабливого прев'ю до матеріалу може збільшити його охоплення у кілька разів. Застосування новітніх технологій та інструментів у роботі фінансових та бізнес-журналістів може створити динамічніший і привабливіший дизайн, що залучить більше читачів, а також збільшить їх зацікавленість темою [4, с. 310].

Актуальність цього фактору у фінансовій і бізнес-журналістиці полягає ще й в тому, що зрозумілість і доступність інформації мають велике значення для читача. Так, дизайн може бути ефективним інструментом для візуалізації складних фінансових даних та їх аналізу, а використання графіків, діаграм, інфографіки та інших візуальних елементів може зробити

інформацію зрозумілішою та легко доступною для читачів. Наприклад, для аналізу звіту Національного Банку України чи Міжнародного валютного фонду достатньо зробити яскраве зображення із декількома стовпчиками графіків, аби продемонструвати аудиторії найважливіші фінансові показники.

Не варто забувати і той факт, що дизайн є важливим елементом у створенні образу та бренду мас-медіа у фінансовій і бізнес-журналістиці. Візуальний елемент є ключовим для формування ідентичності бренду та його розрізнення від конкурентів. Як правило, ЗМІ (як от Forbes чи New Voice) використовують свої фірмові кольори, шрифти та символи для створення незабутнього образу та логотипу. Тому забувати про цей фактор точно не варто [4].

Але для того, щоб дизайн дійсно був ефективним, необхідно забезпечити правильне поєднання роботи дизайнера та журналіста. По-перше, медійники мають бути знайомі з базовими принципами дизайну та мати здатність співпрацювати з дизайнерами, аби забезпечити відповідну взаємодію між текстом та візуальними елементами. На жаль, у багатьох медіа журналісти та дизайнери часто працюють окремо, що може призводити до несприятливих результатів — викривлення показників, графічне висвітлення не надто важливої інформації тощо.

Підсумовуючи зазначене, можу констатувати, що важливим фактором сьогодення залишається забезпечення тіснішої співпраці між журналістами та дизайнерами, а також формування достатнього рівня дизайнерської освіти для журналістів. Тільки так можна буде забезпечити дизайнерські інновації, які насправді зроблять бізнес-журналістику ефективнішою та мобільнішою для читачів.

Література

1. Cairo, A. (2013). *The Functional Art: An Introduction to Information Graphics and Visualization*. New Riders Press.
2. Few, S. (2004). *Show Me the Numbers: Designing Tables and Graphs to Enlighten*. Analytics Press.
3. Kosara, R. (2007). Visualization criticism — the missing link between information visualization and art. In *Information Visualization (IV)*, 2013 17th International Conference on (pp. 696-701). IEEE
4. Фронощук М. (2021) Дизайн-мислення для медіа [Електронний ресурс]. Академія суспільного мовлення. Режим доступу до ресурсу: https://academy.suspilne.media/library/dyzajn_myslennya
5. Швед О.В. (2014) Інфографіка як засіб візуальної комунікації в сучасній журналістиці. *Гуманітарна освіта в технічних вищих навчальних закладах*. № 30.

Хітрі М.Г.

*«Економічна журналістика», 1 курс
Київський національний економічний університет
імені Вадима Гетьмана*

Науковий керівник — канд.філол.н., доцент кафедри соціології Малиш М. М.

ПЛАГІАТ ЯК СОЦІОКОМУНІКАТИВНА ПРОБЛЕМА: ВІДОБРАЖЕННЯ В МЕДІА

Плагіат стає дедалі актуальнішою суспільною проблемою, зокрема в соціокомунікативному аспекті. Справді, це явище впливає на взаємодію між людьми в межах соціального оточення, може спотворювати процеси комунікації, підривати довіру, ускладнювати стосунки.

Плагіат — це використання ідей, текстів та інших матеріалів без належного дозволу або згоди авторів, при цьому порушується право інтелектуальної власності, руйнується репутація видань, які розташовують такі матеріали.

У сучасному світі з поширенням Інтернету та соціальних мереж доступ до інформації став швидшим і зручнішим. Однак це також стало причиною зростання плагіату, зокрема в медіа. Багато журналістів швидко копіюють і вставляють до своїх матеріалів текст з інших джерел без належного відстеження його походження. Це призводить до того, що багато публікацій мають схожі або навіть однакові тексти.

Плагіат має серйозні наслідки для журналістів і редакцій: вони можуть втратити свою репутацію та довіру читачів. Це може призвести до звільнень, втрати доходів, а в деяких випадках — до судових позовів. Усе це позначається на репутації медіа та може призвести до втрати читачів і рекламодавців. Водночас передумовою плагіату не завжди є намір свідомо використовувати ідеї та матеріали інших авторів; часто журналісти, які працюють за умов обмеженого часу, можуть непрофесійно оформлювати джерела.

Медіа мають величезний вплив на суспільство, і тому важливо, щоб вони дотримувалися етичних норм і не поширювали неправдиву або крадену інформацію. Плагіат у медіа може мати різні форми: від повного копіювання текстів до підтасування інформації з інших джерел під власний текст.

Суспільно важливою діяльністю медіа є викриття фактів плагіату. Зокрема, завдяки медіа набули розголосу та суспільного резонансу такі факти.

Дружину віце-прем'єра В'ячеслава Кириленка Катерину було звинувачено у плагіаті в її докторській дисертації на тему «Теоретичні і методичні основи формування інноваційної культури майбутніх культурологів у вищому навчальному закладі». Учена рада Харківського університету не виявила плагіату, але вчені Українського мовно-інформаційного фонду Національної академії наук виявили 26 % запозичень і 142 скопійованих фрагменти з робіт інших авторів у дисертації. Згідно з висновком Українського мовно-інформаційного фонду, текст дисертації мав численні недоліки, такі як некоректність, недолугість та слабкий зміст, а також містив 696 різних помилок. Міністр Кириленко вважав звинувачення проти своєї дружини спрямованими на його дискредитацію.

Колишнього спікера Верховної Ради Володимира Литвина було звинувачено у плагіаті кілька разів. В одному з випадків американський політолог Томас Каротерс виявив свою статтю «Civil society. Think again» у матеріалі Литвина під назвою «Громадянське суспільство: міфи і реальність». Литвин визнав, що цю роботу написав не він, але він підписав авторство. Звинувачення у плагіаті він назвав ударом. Проте подібна ситуація повторилася. Відомі українські історики Олексій Толочко і Наталія Яковенко заявили, що Литвин використав їхні наукові праці з помилками у своєму тритомнику «Історія України».

Раїса Богатирьова, колишня секретарка Ради національної безпеки і оборони, була звинувачена у плагіаті за використання великих уривків з промови Джобса в своєму виступі перед студентами Києво-Могилянської Академії. У її промові були кілька дуже схожих фрагментів, а одна частина була майже повністю ідентичною до слів Джобса. Подібність була помічена також західними ЗМІ, зокрема у виданнях Financial Times, Business Insider та інших авторитетних медіа в Іспанії, Франції та Австралії. У прес-службі Ради національної безпеки і оборони відповіли, що нічого серйозного не сталося і Богатирьова могла бути просто під впливом промови Джобса [1].

На запобігання плагіату спрямовані нормативно-правові акти у багатьох країнах світу. Вони мають на меті захистити права авторів та боротися з плагіатом. Порушення правил, установлених цими законами, може мати серйозні наслідки для тих, хто вчинив плагіат, включаючи штрафи та відшкодування збитків.

До прикладу, Закон України «Про авторське право та суміжні права» від 23 грудня 1993 року. Стаття 10 цього закону передбачає, що авторське право на твір належить його автору, який має ексклюзивне право на використання твору в будь-який спосіб. Це означає, що будь-яке використання твору без дозволу автора може вважатися порушенням авторських прав, а відтак — плагіатом [2].

Журналісти мають відповідально ставитися до своєї роботи, дотримуватися стандартів журналістики, зокрема, перевіряти джерела та походження інформації, верифікувати її. Позитивною практикою є запровадження медіа внутрішніх процедур протидії плагіату, реалізації відповідних принципів на рівні редакційної політики.

Література

1. «Гучні історії з плагіатом в Україні: від Vogue до Литвина». URL: <https://www.bbc.com/ukrainian/features-46063436>
2. Закон України «Про авторське право та суміжні права». URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/3792-12#Text>

Цапліна Я.А.

«Економічна журналістика», 1 курс

Київський національний економічний університет

імені Вадима Гетьмана

Науковий керівник — к.філол.н., доцент кафедри соціології Малиш М.М.

ВИСВІТЛЕННЯ МЕДІА СОЦІАЛЬНИХ ПРОБЛЕМ

У сучасному житті посилюється роль преси, зокрема зростає значення її соціальної функції. Вважаємо, що в основі сучасної журналістики має бути саме соціальний вимір усіх економічних, політичних і духовних процесів.

Соціальна журналістика має важливе значення для України з кількох причин. По-перше, Україна є державою зі складною політичною та економічною ситуацією, соціальні проблеми стають дедалі актуальнішими та потребують уваги медіа. Серед них можна виокремити проблеми біженців, бідність, безробіття, корупцію тощо.

По-друге, соціальна журналістика допомагає відобразити реальну картину в країні, показати, як живуть люди, які проблеми їх турбують та які зміни відбуваються в суспільстві.

По-третє, соціальна журналістика може бути інструментом для зміни ситуації. Наприклад, висвітлення проблем бідності, безробіття може привернути до них увагу, і зрештою влада вживе заходів для їх розв'язання. Соціальна журналістика також може бути важливим інструментом для підвищення свідомості громадян та медіаграмотності, що важливо для розвитку демократії та громадянського суспільства в Україні [2].

Соціальна проблематика є актуальною для медіа України. ЗМІ відіграють важливу роль у формуванні громадської думки, інформуванні громадян про події в країні та світі, а також впливають на нашу поведінку та ставлення до різних проблем. Тому розглянемо основні соціальні проблеми, висвітлювані сучасними медіа.

Нинішня складна ситуація зробила людей медіаграмотнішими, тому боротьба з поширенням фейкових новин і недостовірною інформацією стала легшою. Проте ця проблема все ще існує та має негативний вплив на суспільство, оскільки може призвести до поширення неправдивої інформації та зміни громадської думки. Тому соціальна відповідальність журналістики полягає в тому, щоб надавати найоб'єктивнішу інформацію для всіх верств населення.

Стосовно соціальних проблем сучасного періоду, то серед найактуальніших зазначимо такі: людські жертви, зменшення народжуваності та масова міграція стали тяжкими наслідками російської агресії. Війна змусила покинути свої домівки близько 13 млн людей, або третину довоєнного населення. За оцінками експертів, це найбільше переміщення людей у Європі з часів Другої світової війни.

Зараз в Європі перебувають 7,8 млн українських біженців, з яких 4,8 млн отримали статус тимчасового захисту. Кількість внутрішньо переміщених осіб в Україні становить 6,5 млн.

Очевидно, що велика кількість зовнішніх мігрантів і ВПО в Україні зберігатиметься до кінця війни. Збройні конфлікти, насильство, політична нестабільність і безпекові загрози є найвагомішими причинами міграції.

Одним із зразків професійного висвітлення соціальних проблем вважаємо матеріал Анастасії Ізвозікової на сайті «Суспільне новини» про катастрофічне падіння народжуваності [1].

Актуальними для України є і такі соціальні проблеми: економічна нестабільність, підвищення цін на продукти, послуги та зарплати, а також зростання безробіття. Ці проблеми будуть залишатися актуальними, доки Україна не відбудується.

Окрім цього, серед соціальних проблем можна відзначити недостатній розвиток інфраструктури, включаючи дороги та комунікаційні мережі, а також проблеми, пов'язані з охороною довкілля, зокрема забруднення повітря та води.

Важливо, щоб уряд та громадські організації працювали разом, аби знайти ефективні способи їх вирішення та підтримувати стабільність в Україні.

Розв'язання проблем соціальної сфери ніколи не може бути простим і однозначним, воно, як правило, являє собою якесь комплексне рішення, що враховує суб'єктивні потреби людей. Це вимагає докладного роз'яснення для тих, хто залучений в проблему, а також для суспільства в цілому.

Серед тих, хто несе людям знання про соціальну реальність, особливе місце займають журналісти. Журналістика поєднує об'єктивне і суб'єктивне, зрозуміле і образне: будучи близькою і зрозумілою людям, вона функціонує на рівні узагальнень, приходячи від конкретного, окремого, індивідуального до загального, соціального. Головне, щоб журналістика служила передусім людині, а не абстрактному соціальному інтересу.

У цьому, на нашу думку, полягає зміст соціальної журналістики, її важливість у сучасному світі.

Література

1. Ізвозікова А. У 2023 році в Україні очікується «катастрофічне» падіння народжуваності — Інститут демографії, 2022. URL: <https://suspilne.media/346718-u-2023-roci-v-ukraini-ocikuetsa-katastroficne-padinna-narodzuvanosti-institut-demografii/>
2. Соціальні проблеми у ЗМІ. URL: <https://osvita.ua/vnz/reports/journalism/24682>

Наукове видання

ЗБІРНИК ДОПОВІДЕЙ
Ювілейної 90-ї щорічної студентської наукової конференції
«ІННОВАЦІЙНІ ПРОЄКТИ
ДЛЯ ПІСЛЯВОЄННОГО ВІДНОВЛЕННЯ
ТА РОЗВИТКУ УКРАЇНИ»

17 квітня — 20 травня 2023 р.

Видано в авторській редакції

Коректор *І. Савлук*
Верстка *С. Лозова*

Підп. до друку 23.05.2023. Формат 60×84/8.
Друк. арк. 19,15. Зам. 23-5782

Київський національний економічний університет імені Вадима Гетьмана
03680, м. Київ, проспект Берестейський, 54/1

Свідоцтво про внесення до Державного реєстру
суб'єктів видавничої справи (серія ДК, № 235 від 07.11.2000)

E-mail: litera@kneu.edu.ua