

сприятиме залученню нових осіб до недержавної організації та збереженню високого рівня мотивації у наявних волонтерів; 3) адекватна оцінка сил соціальних мереж: варто створювати сторінки та профілі в соціальних мережах (якими цікавляться старшокласники та в яких вони безпосередньо спілкуються), брати активну участь у їх діяльності; 4) інвестувати у свій сайт: веб-сайт, добре організована та інформативна сторінка сприятиме налагодженню довіри серед молоді, де можна поділитися своєю історією, розповісти про досягнення та свої побажання в реалізації, наприклад, волонтерських умінь; 5) зробити так, щоб досвід був взаємовигідним: все частіше старшокласники звертаються саме в недержавні організації з метою отримати дорогоцінний досвід.

Отже, сьогодні саме волонтери першими приходять на допомогу різним вразливим групам населення, і, з іншого боку, саме участь у волонтерській діяльності допомагає молодому поколінню громадян набути досвіду участі у державотворенні та розвиває їх громадську компетентність, розширює світогляд та сприяє успішній соціальній адаптації.

Література

1. Аналітична доповідь «Волонтерський рух: світовий досвід та українські громадянські практики». Електронний ресурс: <http://www.niss.gov.ua/content/articles/files/volonter697e4.pdf> (дата звернення: 31.1.2022).

2. Волонтерські організації. Електронний ресурс: <https://mip.gov.ua/content/volonterski--organizacii.html> (дата звернення: 31.10.2022).

3. Юрченко І. В. Динаміка суспільно-політичної активності населення України. *Соціальні виміри суспільства*. Вип. 8. Київ: інститут соціології НАН України, 2005. С. 188.

Карпова І. Г.

кандидат педагогічних наук, доцент кафедри соціальної роботи та освітніх і педагогічних наук Національного університету «Чернігівський колегіум» імені Т. Г. Шевченка (м. Чернігів, Україна)

СОЦІАЛЬНА РЕКЛАМА В УКРАЇНІ В УМОВАХ ВОЄННОГО СТАНУ

Військова агресія з боку РФ проти суверенної України, розпочата ще у 2014 році, що нині вилилась у повномасштабну війну, поставила українську державу, як і світову спільноту в цілому, перед рядом гострих суспільних викликів. За великим рахунком, мова йде про збереження міжнаціональних і міждержавних відносин, як-то кажуть, із «людським обличчям», оскільки російська держава грубо попраля як закони ведення воєнних дій, норми міжнародного права, так і загальноприйняті засади взаємовідносин всього цивілізованого світу.

Звичайно, в сучасних дуже складних умовах війни першочерговими завданнями для України виступає забезпечення обороноздатності української армії, організація отримання допомоги від західних країн, відбудова зруйнованих об'єктів інфраструктури, забезпечення житлом і грошовою допомогою постраждале

населення, організація роботи відносно стабільної економіки та багато інших соціально-економічних, політичних та культурних питань.

З нашої точки зору, нових акцентів і пріоритетів має набувати й соціальна реклама, що повинна оперативнo і гостро реагувати на виклики сучасності, (хоча й досі в Україні не прийнятий Закон «Про соціальну рекламу» (розроблений лише проєкт), що визначав би правові засади її функціонування).

Соціальна реклама в Україні сьогодні набуває нового змістовного наповнення та зовнішньо-стильового оформлення.

Як відомо, соціальна реклама – це особливий вид некомерційної інформації, дія і вплив якої спрямований на досягнення державою, органами виконавчої влади, суспільством в цілому певних соціальних цілей. Вона значною мірою сприяє соціалізації сучасної людини, пропонуючи їй свої моделі соціалізації – «соціалізація через заборону», «соціалізація через альтернативу», «соціалізація через наслідування» [1]. Її метою є залучення уваги суспільства до певного суспільного явища, часто негативного; соціальна реклама повинна викликати сильні емоції, тим самим спонукати реципієнтів не лише до глибокого усвідомлення проблеми, а й зміни стереотипів особистісної поведінки, поведінкової моделі суспільства в цілому.

Отже, соціальна реклама має привертати увагу до найактуальніших проблем сьогодення, формувати громадську думку, її оціночні позиції стосовно певного явища на засадах високих моральних ідеалів, формувати нові типи суспільних відносин, сприяти їх гармонізації, орієнтувати на актуальні соціальні цінності, продукувати сприятливий емоційний настрій у реципієнтів.

Серед основних напрямків соціальної реклами в Україні виділяють наступні [2]: «Молода сім'я»; «Профілактика узалежнень у молодіжному середовищі»; «Соціальна підтримка дітей та молоді з особливими потребами»; «Сприяння працевлаштуванню та вторинної зайнятості молоді»; «Творча та обдарована молодь»; «Волонтерський рух»; «Дозвілля молоді»; «Соціальна підтримка молоді, що повернулась з місць позбавлення волі»; «Жіноча молодь»; «Телефон довіри»; «Соціальна підтримка сиріт»; «Профілактика правопорушень у молодіжному середовищі»; «Соціальна адаптація сільської молоді»; «Соціальна підтримка допризовної та призовної молоді, військовослужбовців та молоді, що звільнилась зі Збройних Сил України» тощо.

Не принижуючи значення всіх окреслених напрямків, в умовах війни, на наш погляд, особливого значення набуває соціальна реклама з таких традиційних напрямків як «Волонтерський рух», «Телефон довіри», «Соціальна підтримка сиріт». Так, скажімо, під час війни надзвичайного піднесення в Україні набув волонтерський рух, яким професійно чи на аматорському рівні займається десятки тисяч українців. Життєво важливими напрямками їх діяльності стало приготування та роздача безкоштовного харчування; збирання коштів на потреби ЗСУ, збирання необхідних речей для постраждалих від окупації, обстрілів тощо.

Волонтерство є школою набуття молоддю певних якостей (колективізм, взаємопідтримка, взаємодопомога, милосердя, чуйність та інших), формування активної громадянської позиції, а для фахівців із соціальної роботи, соціальних педагогів – ще й досвід майбутньої професійної діяльності [3]. Разом із тим, молодь не завжди знає, куди звернутися, щоб реалізувати свій потенціал милосердя. Отже, скажімо, на телебаченні під час оголошення новин, трансляції політичних програм

доречним є декілька секундна реклама волонтерської діяльності, слоганом якої може бути гасло на зразок «Стань волонтером! Допоможи країні!» або «Волонтерство – це круто!», «Волонтерство заради миру!» із зазначенням контактів (доцільно, посередницьких, враховуючи воєнний стан), куди можна звернутися для реалізації своїх прагнень волонтерства. Соціальна реклама волонтерської діяльності є чудовим прикладом реалізації такої моделі соціалізації як соціалізація через наслідування.

В умовах війни значно зросла роль нового виду соціальної реклами, що реалізує таку модель соціалізації як соціалізація через заборону. Прикладом такої реклами є реклама-застереження з улюбленцем всіх українців Патроном на бігбордах стосовно правил поведінки з вибухово-небезпечними та підозрілими предметами: «Пес Патрон застерігає! Не чіпай! Позвони 101». На жаль, поява зразків соціальної реклами такого змісту (предмет застереження і заборони – небезпечні для життя предмети) є досить прикрою, але, разом із тим, життєзберігаючою потребою часу, залишається і буде залишатися актуальною практично для всієї України.

Нагальною є потреба й у появі соціальної реклами, спрямованої на зростання уваги суспільства до проблем тих військових і мирних осіб, які внаслідок війни отримали інвалідність, проблем малозабезпечених верств населення, кількість яких значно збільшилась за період воєнних дій та багато інших. Отже, серед функцій, які виконує соціальна реклама в суспільстві (інформаційна, просвітницька, іміджева та ін..) особливого значення в сучасних умовах, на наш погляд, набуває мобілізаційна функція, спрямована на консолідацію зусиль суспільства щодо подолання негативних наслідків російської агресії й війни.

Література

1. Яненко Я. Соціальна реклама як чинник соціалізації у сучасному суспільстві. *Образ*. Вип. 4 (26) '2017. <https://obraz.sumdu.edu.ua/wp-content/uploads/2018/02/18.pdf>

2. Положення про соціальну рекламу в системі соціальних служб для молоді України: Наказ Українського державного центру соціальних служб для молоді №80 від 20.07.1998 р. <https://zakon.rada.gov.ua/rada/show/v0080699-98#Text>

3. Карпова, І. Г. Участь студента у волонтерській роботі: набуття досвіду професійної діяльності. *Ukraine – EU. Modern Technology, Business and Law : collection of international scientific papers : in 2 parts. Part 1. Modern Priorities of Economics. Societal Challenges*. Chernihiv : CNUT, 2017. P. 173-175.

Клименко Л. В.

аспірантка кафедри соціальної педагогіки і соціальної роботи Ніжинського державного університету імені Миколи Гоголя
(м. Ніжин, Україна)

ВЗАЄМОДІЯ ЗАКЛАДІВ СОЦІАЛЬНОЇ СФЕРИ В УМОВАХ ТЕРИТОРІАЛЬНОЇ ГРОМАДИ З ПІДГОТОВКИ МОЛОДІ ДО УСВІДОМЛЕННЯ БАТЬКІВСТВА

Останні десятиліття Україна переживає глобальні виклики, причиною яких можна вважати не тільки прорахунки у внутрішній політиці та загальні світові тенденції – на економічну ситуацію негативно впливає і демографічна криза, що охопила всю територію нашої країни. Занепокоєння викликає і стан репродуктивного