

соціального педагога; медична допомога для вирішення таких проблем, як психічні (діти біженців часто отримують психічні травми, стаючи свідками вбивства своїх батьків), фізичні проблеми зі здоров'ям, соціальний працівник підключає медичні служби.

Висновок Необхідно відзначити, що соціальна робота з сім'ями та дітьми біженців вважається важливою умовою гармонійного існування сучасного суспільства. Загальні старання управління соціального захисту, дії міграційної служби, сумлінність співробітників дитячих будинків і шкіл, дозволять впоратися і з таким мінімальним завданням, як організація соціальної роботи, яка орієнтована на надання допомоги сім'ям біженців і їх дітям відновити нормальну ідентифікацію з суспільством, справити на них позитивний вплив.

Література:

1. Гожій І.О. Проблеми правового регулювання статусу внутрішньо переміщених осіб / І.О.Гожій // Вісник Національного технічного університету України "Київський політехнічний інститут". Політологія. Соціологія. Право.: Зб. наук. праць. – Київ: ІВЦ "Політехніка", 2016. – С. 45-51.

2. Грабова Я. О. Конституційно-правовий статус внутрішньо переміщених осіб в Україні / Я. О. Грабова // Митна справа. - 2015. - № 2(2.2). - С. 47-51.

3. Зверева І. Д. Соціальна робота в Україні : навч. посіб] / І. Д. Зверева, О.В. Безпалько, С. Я. Харченко та ін.; за заг. ред. І. Д. Зверевої, Г.М. Лактіонової. – К. : Центр навч. л-ри, 2004. – 256 с.

4. Малиха М. І. До проблеми сутності поняття «внутрішньо переміщені особи»: державна політика та регіональна практика / М.І. Малиха // Грані. - 2015. - № 8. - С. 6-11.

СОЦІАЛЬНО-ПСИХОЛОГІЧНІ АСПЕКТИ PR-ВЗАЄМОДІЇ ІЗ ЗАСОБАМИ МАСОВОЇ ІНФОРМАЦІЇ

Гладченко С.В.

канд. істор. наук, доцент каф. соціальної роботи

Саустян К.Ю.

студентка 1 курсу магістратури, напрям підготовки «Соціальна робота»

Одеський національний університет імені І.І. Мечникова

м. Одеса, Україна

Актуальність. Поняття «паблік рилейшнз» в останні роки буквально увірвалося в наше життя. І в цьому немає нічого дивного. Західні країни давно перетворили паблік рилейшнз в ефективно працюючу науку та мистецтво досягнення взаєморозуміння і злагоди між різноманітними суб'єктами громадянського суспільства. Сприяючи досягненню взаєморозуміння між окремими групами і організаціями, паблік рилейшнз, разом із ЗМІ, допомагають суспільству приймати рішення і діяти ефективніше. Вони забезпечують гармонію приватної і суспільної діяльності, що є дуже важливим та актуальним завданням в теперішній час.

Метою нашої роботи є дослідження основних соціально-психологічних аспектів взаємодії зв'язків з громадськістю із ЗМІ.

Характерною особливістю нашого часу є величезна роль в житті суспільства засобів масової інформації, перш за все «електронних» – телебачення та Інтернету. ЗМІ справляють сильний вплив на настрої людей, їх стосунки, поведінку, напрям активності. Слід зазначити, що роль цих засобів значно зростає в критичні або етапні періоди розвитку суспільства. Не випадково сучасні PR-служби більшу частину свого часу витрачають на організацію відносин із засобами масової інформації. Таким чином, ЗМІ є ключовою ланкою в системі PR-взаємодії.

Основними формами реалізації PR-відносин із засобами масової інформації є: телевізійні ролики, прес-конференції і брифінги, тематичні семінари, «круглі столи», моніторинг та аналіз матеріалів ЗМІ, інформаційні кампанії в ЗМІ, спільні акції зі ЗМІ на ексклюзивній основі, відкриття і ведення спеціалізованих рубрик в ЗМІ [3].

Відзначимо, що свої знання та життєвий досвід людина набуває завдяки вельми обмеженому числу ситуацій, в яких вона особисто бере участь. Про події, які відбуваються поза цим «ближнім колом», вона дізнається або від референтних фігур і груп, або завдяки чуткам чи засобам масової інформації.

Чим далі якась проблема віддалена від її повсякденного життя (рутини), тим більша ймовірність, що особа звернеться до ЗМІ, в тому числі Інтернет-ЗМІ, і одночасно тим менша ймовірність, що вона зможе перевірити отримані відомості на істинність. Отже, якщо кредитні (достовірні) джерела не повідомили особу про подію, учасником або очевидцем якої вона не стала, подія нереальна для неї і не впливає на її картину світу до тих пір, поки особа особисто не зіткнеться з наслідками цієї події [1].

І навпаки, оскільки повідомлення про події з достовірних джерел рівнозначні для особи реальності цих подій, то такі повідомлення впливають на її картину світу, навіть якщо описувані події взагалі не відбувалися, будучи всього лише медіаподіями.

Аудиторія розглядає появу публікації про соціальну проблему або подію як свідчення її соціальної значущості (ефект «блакитного екрану»), виходячи з того, що ЗМІ сумлінно виконують свою інституційну функцію – інформування. Більш того, соціальний суб'єкт, ставши ньюсмейкером, постійно привертає увагу журналістів, які починають стежити за кожним його кроком (ефект «папараці»).

Однак аудиторія не здогадується про те, що події, які не відповідають критеріям новинного формату або вже сформованій за допомогою ЗМІ громадській думці, можуть замовчуватися (ефект «спіралі замовчування»).

Відзначимо ще три важливі медіаефекти:

1. Наркотизуючий ефект: засоби масової інформації перемикають увагу індивіда з реальних соціальних проблем на віртуальні медіаподії.

2. Ефект «приватизації»: під впливом вкрай негативних повідомлень ЗМІ індивід може перестати цікавитися «далеким колом» (наприклад, ігнорує вибори) і замкнутися в «ближньому колі» повсякденних турбот.

3. Інфотейнмент: віддаючи перевагу розважальній формі подачі будь-якої інформації, ЗМІ часто викривляють суть і значимість подій для спільноти [2].

Виходячи з цього, ми можемо зробити висновки, що засоби масової інформації в принципі не здатні в повній мірі виконувати свою часто

декларовану соціальну місію – представляти всім іншим соціальним групам і організаціям вичерпну і неупереджену інформацію про події, які відбуваються в світі.

Тож, головним завданням PR при взаємодії зі ЗМІ є сприяння взаєморозумінню між різними соціальними суб'єктами, а також дотримання обома сторонами принципів законності, гуманності та інформаційної достовірності.

Література:

1. Балабанова Л. В. Паблік рилейшнз: Навч. посіб. / Л. В. Балабанова, К. В. Савельєва – К.: «Видавничий дім «Професіонал», 2008. – 528 с.
2. Богданов Е. Н. Психологические основы «паблик рилейшнз». 2-е изд. / Е.Н. Богданов, В. Г. Зазыкин. – СПб.: Питер, 2003. – 208 с.
3. Мойсеев В. А. Паблік рилейшнз: Навч. Посіб. / В. А. Мойсеев – К.: Академвидав, 2007. – 224 с.

ДИСКРИМИНАЦИЯ ПО СЕМЕЙНОМУ ПОЛОЖЕНИЮ

Варнава У. В.

кандидат психологических наук, доцент кафедры социальной работы

Тристан К. Ю.

студентка 3 курса, направления подготовки «Социальная работа»

Одесский национальный университет имени И. И. Мечникова

г. Одесса, Украина

Семейное положение - положение человека в демографической структуре семьи. Оно указывает, входит ли человек в семью, и какое место занимает среди других её членов. Различают две крупные категории: члены семей и лица, не принадлежащие к семьям.

Первая категория - ближайшее окружение человека, семьи, близких и других родственников. Это люди, являющиеся одновременно и членами родительских семей и родителями. Вторая — одинокие, несемейные люди. Несемейные - это члены родительских семей, вступившие в возраст создания собственной семьи, однако еще не создавшие ее. Единственное отличие - не выполняют социальную роль мужей/жен.

Выделяют такие виды семейного положения:

- Не замужем/не женат - никогда не пребывал в браке и на данный момент не находится в законных отношениях.

- Разведен/разведена – был(а) замужем/женат, сейчас не связана узами брака.

- Замужем/женат – находится в законных отношениях, которые документально подтверждены.

- Состою в гражданском браке – официально не узаконенный брак, сожительство.

Стигматизация представляет собой сложный процесс маркирования и выделения индивидов или групп. Он базируется на наличии набора признаков,