

ВПЛИВ СОЦІАЛЬНОЇ РЕКЛАМИ НА УКРАЇНСЬКЕ СУСПІЛЬСТВО В ПЕРІОД ВІЙНИ

Соціальна реклама наразі є дуже важливою, бо вона є фундаментом суспільства, формує його цінності, норми, думку, впливаючи на свідомість. З одного боку, соціальна реклама висуває перед собою завдання – розвивати свідому націю, що може змінювати світ на краще, активно брати участь у соціальних ініціативах та проектах, здійснювати виховну функцію, популяризувати загальнолюдські, соціальні та моральні цінності для розв’язання глобальних проблем людства і досягнення суспільно-корисних цілей. З іншого боку, соціальна реклама користується маніпулятивними стратегіями, які можуть бути небезпечними для суспільства, часто може перебільшувати або подавати неправдоподібну інформацію, пропагувати речі та явища, що не є корисними, або можуть негативно вплинути на суспільство і його розвиток.

Значення соціальної реклами зростає у період міжнародних воєнних конфліктів, війн, радикальних змін в житті людей. З початком російсько-української війни, соціальна реклама моментально відреагувала на сучасне становище країни. Наразі вона є мотиваційним та інформаційним джерелом, рушійною силою становлення свідомості громадян, основним фактором регулювання їх емоційного стану.

У ході війни між російською та українською державами, методи маніпуляцій та пропаганди використовуються найбільше. Це може як і підтримувати, заохочувати населення до терпіння та патріотичних настроїв, так і розмежувати суспільство, руйнувати економічну та моральну стабільність, породжувати міжусобні конфлікти.

Соціологічні дослідження показують, що українці недостатньо захищені від зовнішніх впливів, а отже потребують більше інформації та фокусуванні на

проблемі ролі пропаганди під час війни. Наразі найважливішим є те, щоб українське суспільство залишалося критичним та незалежним, не піддавалося негативному впливу, було завжди проінформоване про хід подій на всеукраїнському та міжнародному рівнях. Серед можливих варіантів вирішення цієї проблеми є проведення лекцій та тренінгів задля підвищення рівня обізнаності населення України щодо основних особливостей пропаганди, її впливу, способів протидії пропаганді в сучасних реаліях. Такі проекти можуть бути орієнтовані на активну свідому молодь, яка наразі є рушійною силою розвитку країни та складає основу інформаційного суспільства.

Точилова О.І.
Науковий керівник: Терещенко Д.А.
НТУ «ХП»

СУЧАСНИЙ КЕРІВНИК МЕДИЧНОГО ЗАКЛАДУ ОХОРОНИ ЗДОРОВ'Я

Здоров'я нації є пріоритетом будь якої країни світу і одним із компонентів соціально-економічного, культурного розвитку держави. Саме тому, система охорони здоров'я є однією із головних в соціальній сфері. Сучасна охорона здоров'я в Україні знаходиться в стадії реформування, ключовим вектором якої є забезпечення громадянам України рівного доступу до якісної медичної послуги. Однією із умов досягнення даної мети є постійний процес управління кадровими ресурсами.

Перехід від адміністративної моделі управління закладом до економічної сьогодні створює нові виклики для управлінців медичних закладів. Реформа охорони здоров'я формує в державі конкуренцію на ринку медичних послуг, що, в свою чергу, піднімає питання рівня знань, спроможності і готовності сучасних директорів закладів охорони здоров'я.

Проблематикою формування кадрового ядра управлінців в системі охорони здоров'я України займалися такі вітчизняні вчені як М.М. Білинська, М.М Шкільняк., Т.Л Желюк. Мельник Л.А. в своїх працях наголошувала на важливості післядипломної підготовки керівних кадрів в галузі. В свою чергу,