

**ХАРКІВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ
УНІВЕРСИТЕТ ІМЕНІ В. Н. КАРАЗІНА**

СОЦІОЛОГІЧНИЙ ФАКУЛЬТЕТ

Кафедра прикладної соціології та соціальних комунікацій

**Пояснювальна записка
до кваліфікаційної роботи
на тему
«КОМУНІКАТИВНІ ТЕХНОЛОГІЇ ПІДТРИМКИ
АДАПТАЦІЇ ВІЙСЬКОВОСЛУЖБОВЦІВ ДО
МИРНОГО ЖИТТЯ»**

Виконала: студентка 4 курсу групи ССК-42
першого (бакалаврського) рівня вищої освіти
спеціальності 054 Соціологія
Короленко В. С.

Керівник: кандидат соціологічних наук
Зінюк Анна Володимирівна

Харків – 2024

ЗМІСТ

ВСТУП	3
1. Теоретичні засади вивчення комунікативних технологій та соціальної адаптації.	7
1.1 Поняття, види та соціальні функції комунікативних технологій	7
1.2 Поняття соціальної адаптації як складової процесу соціалізації	12
Висновки до розділу 1	16
2. Технології підтримки соціальної адаптації військовослужбовців до мирного життя	19
2.1 Соціальна адаптація демобілізованих військових та фактори, що на неї впливають	19
2.2 Комунікативні технології підтримки адаптації військових. Досвід інших країн	27
Висновки до розділу 2	36
3. Практики використання комунікативних технологій для підтримки адаптації військових в Україні.....	42
3.1 Ефективність комунікативних технологій, які застосовуються в Україні для сприяння адаптації військових.	42
3.2 Комунікативні стратегії та технології для вирішення двох актуальних питань підтримки адаптації військових до мирного життя.....	49
Висновки до розділу 3	56
ВИСНОВКИ.....	59
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.....	62
ДОДАТКИ.....	71

ВСТУП

Війна в Україні – це велика криза, яка мала значний вплив на всі сфери життя українського, і не тільки, суспільства. Життя кожного змінилося після 24 лютого 2022 року. Але особливо тяжкі виклики на себе прийняли українські військові, які захищають країну від російських загарбників. Кожен з них ставить під загрозу своє життя, фізичне та психологічне здоров'я.

До 2022 року ставлення суспільства до ветеранів, які повернулися із зони бойових дій на сході країни, було дещо негативним. Питання щодо ветеранів викривлено висвітлювалося в ЗМІ, люди не розуміли стан та потреби ветеранів, через що створювалися та поширювалися стереотипи, які іноді могли перерости у дискримінацію. Це негативно відображалося на адаптації військових, змушуючи їх звужувати своє коло спілкування до знайомих побратимів по службі та членів родини [30].

Зараз, згідно з останніми опитуваннями, ставлення суспільства до ветеранів значно змінилося у кращій бік: 76% опитаних вважають, що суспільство сьогодні поважає ветеранів [32]. У той самий час кількість тих, хто вважає, що держава не виконує своїх зобов'язань перед ветеранами все зростає: наразі їх вже понад 60%.

За офіційними даними, сили оборони України наразі налічують приблизно 1 млн 200 тис осіб. Після завершення війни експерти очікують, що кількість ветеранів, членів їхніх родин та родин полеглих складе близько 3 млн осіб [31]. Це свідчить про те, що величезна кількість людей після війни буде намагатися повертатися до мирного життя й потребуватимуть допомоги й підтримки не тільки з боку держави, але й з боку суспільства.

Проблема адаптації гостро стоїть вже зараз: ветерани вже повертаються з війни та стикаються з психологічними та соціальними труднощами при переході до цивільного життя. Згідно з дослідженням, яке було проведено у березні 2024 року, 70% опитаних мають серед близьких тих, хто воював або воює на фронті, і цей показник продовжує зростати. Відповідно, ці люди

підтримують соціальні контакти з ветеранами або будуть це робити, тому мають бути проінформовані про проблеми ветеранів [32]. Проте відсоток тих, хто хоча б частково проінформовані, складає 56%. Це означає, що є люди, які не знають, як поводитися з колишнім військовим, як його підтримати або як не спровокувати на конфлікт.

Тому важливо розповсюджувати інформацію про те, з якими проблемами стикаються військові, повернувшись з війни. Надавати рекомендації поводження з військовими у першу чергу їхнім сім'ям та близьким, а також іншим громадянам, щоб ветеранам не доводилося обмежуватися вузьким колом знайомих та уникати виходити у світ. Працювати над формуванням громадської думки та правильного ставлення суспільства до військових, щоб вони почували себе потрібними та важливими, а не маргіналізованими [27].

Все це можливо зробити тільки за допомогою продуманих, правильно підібраних комунікативних технологій. Тому наше дослідження покликане проаналізувати комунікативні технології, які застосовувалися для розв'язання цієї проблеми в інших країнах, ті, які реалізуються зараз в Україні, та виявити, як їх можна покращити або де застосувати нові, щоб закрити прогалини в комунікації.

Дослідженню явища соціальної адаптації присвячені роботи Т. Парсонса, Л. Уайта, Дж. Мердока, Ж. Піаже, Г. Сельє, Л. Беляєвої, Л. Корель, В.І. Чупрова та ін. Соціальну адаптацію військових до мирного життя досліджували В. Терзієв та С. Дімітрова, К. Ельнітські, М. Фішер, К. Блевінс Л. Купер, Н. Каддік, Л. Годьєр, А. Купер та ін. Професійній адаптації військовослужбовців в Україні роботи присвятили В. Рубцов, А. Красильщиков, Є. Абрамов, О. Буряк, М. Гіневський та ін. Вивченню потреб та проблем ветеранів АТО присвячені роботи Берездецької, Харченко, Мраморнова та ін. Психологічний аспект соціальної адаптації військових в Україні розглядають О. Кокун, А. Мельник, О. Буковська, М. Мушкевич,

Р. Соколовський, В. Фірман та ін. Проте питання комунікативних технологій підтримки адаптації військових залишається без достатньої уваги з боку дослідників, як зарубіжних, так і українських. Тому, у зв'язку з останніми подіями в Україні, ми вважаємо цю тему надважливою та актуальною.

Отже, **об'єктом** нашого дослідження є соціальна адаптація колишніх військовослужбовців.

Предметом дослідження є комунікативні технології, які застосовуються для допомоги та підтримки під час соціальної адаптації колишніх військовослужбовців.

Мета роботи полягає у виявленні ефективних комунікативних технологій підтримки адаптації військових, які можна застосувати в Україні.

Досягнення поставленої мети передбачає виконання ряду дослідницьких завдань:

- З'ясувати сутність таких понять як «комунікативні технології» та «соціальна адаптація» та теоретичних підходів до їх вивчення.
- Дослідити особливості процесу соціальної адаптації колишніх військових та фактори, які на неї впливають.
- Проаналізувати досвід інших країн та виявити ефективні технології комунікації, які застосовувалися для підтримки адаптації військових.
- Проаналізувати комунікативні технології, які застосовуються зараз в Україні та виявити, які проблеми все ще не закриті.
- Запропонувати комунікативні технології, які допоможуть підтримати адаптацію колишніх військових.

Під час дослідження були застосовані такі наукові методи як аналіз, синтез та типологізація. Був здійснений вторинний аналіз даних таких досліджень:

- 1) «Потреби ветеранів», яке було проведене Українським ветеранським фондом з січня по квітень 2023. Емпірична частина

дослідження складається з загальнонаціонального опитування соціологічної групи «Рейтинг» (вибіркова сукупність: 1000 респондентів; населення України від 18 років; вибірка репрезентативна за віком, статтю і типом поселення), анонімного онлайн-опитування ветеранів та діючих військовослужбовців/виць (через особливості обраного інструменту дослідження вимоги до вибірки не встановлювалися; вибірка сукупність: 1247 респондентів; опитування не є репрезентативним, але відображає певні тенденції серед його цільової аудиторії) та 2 фокус-груп з ветеранками та ветеранами (у кожній групі було по 6 респондентів, що відповідали критеріям: проходили або проходять військову службу, брали участь в бойових діях, мають статус УБД або особи з інвалідністю внаслідок бойових дій, мають досвід отримання соціальних послуг та пільг).

- 2) «Вивчення потреб ветеранів на шляху повернення до цивільного життя» від компанії «Gradus». Дослідження проведено методом онлайн-опитування, цільовою групою дослідження були ветерани та демобілізовані військові. Кількість результативних інтерв'ю: 133. Опитування проводилося 1-5 лютого 2024 року.

Також в ході цієї роботи був розроблений наш власний проєкт, який який спрямований на підвищення обізнаності населення України про проблеми та потреби ветеранів, а також про практичні комунікативні навички для спілкування з військовими та ветеранами. Для нього ми склали завдання, пропозиції акцій для реалізації цих завдань, схему комунікативної стратегії, фірмовий стиль та логотип.

Робота складається зі вступу, трьох розділів, висновків, списку використаних джерел та додатків. Загальна кількість сторінок – 75.

1. Теоретичні засади вивчення комунікативних технологій та соціальної адаптації.

1.1. Поняття, види та соціальні функції комунікативних технологій.

Почнімо з визначення основних понять – що таке соціальна комунікація та комунікативні технології? Звернемося до визначення класиків соціології. Поняття «соціальна комунікація» розглядали такі видатні дослідники як Герберт Мід, Юрген Хабермас, Ніклас Луман, Ервін Гоффман, Макс Вебер, Талькотт Парсонс та інші. Розглянемо деякі з цих теорій комунікації.

Герберт Мід (1863-1931), американський філософ та соціолог, вважав, що соціальна комунікація є основою для людської взаємодії та суспільства. За думкою Міда, комунікація – це процес, за допомогою якого люди інтерпретують та обмінюються символами, такими як слова, жести та міміка, створюючи при цьому спільне значення для них.

Звісно, він робив акцент на ролі символів у комунікації та розділяв їх на вербальні (слова) та невербальні (жести, міміка тощо). При цьому, комунікація, за його думкою, не односторонній процес. Він ґрунтується на взаєморозумінні та спільній інтерпретації символів. Самі значення символів не є їхньою властивістю самі по собі, а виникають у процесі комунікації, тобто створюються людьми, які використовують та інтерпретують ці символи [1].

Також, Герберт Мід зазначав, що через соціальну комунікацію формується самосвідомість індивіда. Під час спілкування люди приміряють на себе роль інших та бачать себе з їхньої точки зору, формуючи таким чином уявлення про себе [1, с. 178].

Так само він вважав, що соціальна комунікація відіграє важливу роль у формуванні соціальних груп, бо під час спілкування у людей формуються спільні норми, цінності та очікування [1, с. 253].

За Юргеном Хабермасом (1929-) – німецьким філософом та соціологом – соціальна комунікація є основою для демократії та суспільної трансформації. Він описував комунікацію як процес, за допомогою якого люди досягають згоди щодо норм та цінностей.

Він запропонував теоретичну концепцію ідеальної мовної ситуації, яка базується на трьох ідеалах [2]:

- Істина та об'єктивність у висловлюваннях під час комунікації.
- Прагнення учасників комунікації до прийняття норм та цінностей, які є справедливими для всіх.
- Щирість та відвертість у висловлюваннях учасників комунікації.

Хоч це лише теоретична модель і не може бути повністю реалізована в реальному житті, вона може бути орієнтиром для розвитку більш ефективної комунікації.

Також, Хабермас розробив теорію комунікативної дії. Ця теорія описує два типи дії, які люди використовують у повсякденному житті: комунікативну та цілераціональну (інструментальну) [2, с. 30].

Цілераціональна дія спрямована на досягнення певних зовнішніх цілей, орієнтація на успіх. Вона може використовувати маніпуляцію, примус та обман. Це, наприклад, прибирання кімнати, гра в шахи тощо.

Комунікативна дія ж спрямована на досягнення згоди щодо норм та цінностей, взаємна орієнтація на розуміння. Участь у такій комунікації не є примусовою, а рішення приймаються на основі аргументів, а не влади, авторитету. Наприклад, співбесіда при влаштуванні на роботу, обговорення умов праці.

Ніклас Луман, німецький соціолог, визначив комунікацію як процес, що здійснюється за допомогою трьох різних селекцій [3]:

- Селекція інформації – вибір з безмежного потоку інформації, що оточує нас, лише тієї, яка є для нас релевантною.
- Селекція повідомлення – кодування обраної інформації у певне повідомлення, яке може бути вербальним, невербальним або мати іншу форму.
- Селективне розуміння – одержувач декодує повідомлення, але значення може не збігатися з тим, що мав на увазі відправник.

Також Луман виділяв три основних типи комунікації [3, с. 52-54]:

- Інтерактивна комунікація – відбувається між двома або більше людьми, системами, які спілкуються один з одним.
- Одностороння комунікація – комунікація, яка відбувається без зворотного зв'язку.
- Медіатизована комунікація – відбувається за допомогою засобів масової інформації, таких як телебачення, радіо або Інтернет.

Підсумовуючи, наведемо визначення соціальних комунікацій, яке зробив український вчений Холод Олександр Михайлович: «Соціальні комунікації – це інструментарій соціальної інженерії, який за допомогою комунікаційних технологій створення інформації, її пошуку, упорядкування, трансляції, обміну, збереження й вимірювання впливу на реципієнта спрямований на регулювання соціальних дій, взаємодій і соціальних відносин у суспільстві» [5, с. 32].

Також вичерпне визначення терміну «соціальні комунікації» давав В. Різун. Він зазначав, що соціальні комунікації – це система суспільної взаємодії, у яку включені визначені шляхи, способи, засоби передачі та отримання інформації, переважно з метою організації та удосконалення відносин у суспільстві. Цей обмін інформацією може відбуватися між соціальними інститутами організації та управління суспільством з одного боку та самим соціумом, соціальними групами з іншого. [7, с. 15]

Отже, ми прояснили сутність процесу соціальної комунікації та її соціальне значення. Переходячи до визначення поняття «комунікативні технології», слід зазначити, що у на ряду з цим поняттям у синонімічному значенні також іноді використовуються поняття «соціально-комунікативні технології», «соціально-інформаційні технології» та «соціальні технології» [4]. Проте поняття «комунікативних технологій» є більш ширшим та включає у себе всі інші, зазначені тут.

Сутність комунікативних технологій, їхньої соціальної складової, характеристик та структури досліджували Д. Гавра, В.Я. Матвієнко, В. Різун, Г. Почепцов, О. Холод та інші.

Для більшого розуміння терміну «комунікативні технології» спершу розглянемо деякі визначення його складових, зокрема соціальних технологій.

Д. Гавра писав, що у широкому сенсі соціальна технологія – це певний план або програма практичної діяльності та її реалізації. У вузькому плані – це програма або сукупність дій для її реалізації з метою досягнення заданого соціально значущого результату [7, с. 9].

На думку В. Я. Матвієнко соціальні технології – це система методів та інструментів, що використовуються для покращення життя людей, організування їхньої взаємодії та задоволення потреб суспільства. Ці технології мають відповідати викликам та потребам сучасного світу [6, с. 11].

Існує декілька підходів до пояснення співвідношення між соціальними та комунікативними технологіями. Деякі дослідники вважають, що комунікативні технології лежать в основі соціальних, виступаючи фундаментом, на якому будуються інші технології. Інші ж дослідники розглядають їх як окремий вид соціальних технологій, що мають свої особливості та специфіку. Згідно з третьою точкою зору, комунікативні технології – це інструмент, який використовується для реалізації та впровадження соціальних технологій. Нарешті, четвертий підхід стверджує,

що соціальні технології є різновидом соціально-комунікаційних, тобто таких, що поєднують в собі як соціальні, так і комунікативні аспекти [7, с. 12].

На думку Г.Г. Почепцова, комунікативні технології володіють однією суттєвою характеристикою, яка відрізняє їх від інших форм міжособистісного впливу – це прагнення впливати на масову свідомість. Цей вплив може мати різну спрямованість, як позитивну, так і негативну, й використовується для досягнення різноманітних цілей, від інформування та просвітництва до маніпулювання та пропаганди [6].

Зупинимось детальніше на визначені та класифікації соціально-комунікаційних технологій, які давав Холод: «соціально-комунікаційні технології – це система маніпулятивних дій-комплексів, спрямованих на змінення поведінки соціуму» [6, с. 11].

Він наводить доволі об'ємний перелік різноманітних соціально-комунікативних технологій, зокрема: технологія інформаційного охоплення (пропаганда), технологія соціальних зв'язків (паблік рилейшнз), релігійні технології тощо. О. Холод виокремлює два типи впливу соціально-комунікативних технологій: мутацію (позитивний або нейтральний) та інмутацію (негативний). Мутація відбувається шляхом додавання, модифікації або трансформації інформації, яка стосується сформованого образу. Інмутація ж має на меті знищення або руйнування образу. Також автор вводить поняття "абмутації" – відсутності будь-яких змін у поведінці.

В. Корнєєв визначає комунікативні технології як форми спеціальної організації комунікації, які гарантують отримання заздалегідь визначеного результату за умови дотримання технологічного ланцюжка. Функціями комунікативних технологій є зміна соціальної поведінки, формування соціальних стереотипів, зміна громадської думки, спричинення виникнення нових або актуалізації існуючих зразків та ідеалів [8].

Також він зазначає, що комунікативна технологія завжди орієнтована на результат, який має бути повторюваним і типовим. Головна особливість

таких технологій полягає в тому, що вони реалізуються через комунікацію і завдяки їй. При цьому можуть використовуватися різні типи комунікації: міжособистісна, групова, масова, соціальна – з усіма їх типологічними характеристиками [8].

Отже, підсумовуючи все вище сказане, можна зробити наступні висновки. Комунікативні технології – це сукупність прийомів, процедур, засобів і методів, що покликані впливати на свідомість та поведінку соціуму, шляхом створення інформації, її упорядкування, трансляції, обміну.

Ці технології реалізуються тільки через комунікацію. Це можуть бути різні типи комунікації, в тому числі міжособистісна, групова, масова. Вплив комунікативних технологій на масову свідомість може бути як позитивним, так і негативним в залежності від мети. Комунікативні технології завжди мають перед собою певну соціально значущу мету, яка досягається за умови дотримання спланованого технологічного ланцюжка.

Комунікативні технології – це широке поняття, може включати у себе і соціальні, й соціально-комунікативні технології. Це не лише технічні інструменти, але й соціальні та психологічні аспекти комунікації.

1.2. Поняття соціальної адаптації як складової процесу соціалізації

Перед тим, як говорити про адаптацію військових, визначимося із сутністю самого поняття адаптації. Проблему адаптації у свої роботах розглядали такі видатні соціологи як Г. Спенсер, Г. Тард, Р. Парка, Т. Парсонс, Е. Шилза, П. Сорокін та ін.

Одним із перших про адаптацію розмірковував Г. Спенсер у своїй роботі «Essays: Scientific, Political and Speculative» [11]. Він розумів адаптацію як взаємний процес безперервної підтримки відповідності внутрішніх сил організму та зовнішніх умов. Спенсер вважав, що все у Всесвіті, включаючи суспільства, еволюціонує через процес адаптації до навколишнього

середовища. З його точки зору, соціальна адаптація – це процес, через який особистість та суспільство в цілому пристосовуються до мінливих умов життя. Він підкреслює, що адаптація починається в момент, коли відбуваються зміни у будь-яких звичних процесах і триває до того часу, поки вже *ці* зміни не стануть для організму звичними.

Т. Парсонс розвиває тему адаптації в контексті теорії соціальної дії. Він описує процес інтеріоризації – формування внутрішніх структур психіки через засвоєння зовнішньої соціальної поведінки, що можна вважати основою для соціальної адаптації. Внаслідок інтеріоризації формуються та розподіляються певні соціальні ролі, які також сприяють адаптації.

Також Парсонс описує чотири функціональні підсистеми суспільства, одна з яких – адаптивна. Адаптивна підсистема відповідає за соціальну адаптацію особистості та суспільства в цілому. При чому, під час адаптації особистість засвоює символічні форми, значення та соціальні ролі, вже наявні у суспільстві, і таким чином також виконує функцію збереження стабільності у соціальній системі [12, с. 16].

Ж. Піаже розглядає соціальну адаптацію як таку, що засновується на рівновазі між взаємодією об'єкта та суб'єкта. Його концепція заснована на тому, що людина з дитинства знаходиться під впливом суспільства та, відповідно, постійно трансформується через нього. Проте, за думкою Піаже, індивід в цьому процесі не лишається пасивним, а також здійснює вплив на навколишнє середовище, накладаючи на нього свій відбиток [13, с. 170].

Можна помітити як думка Піаже перетинається уявленнями Парсонса про підтримку стабільності у суспільстві за рахунок адаптації. Тобто, з одного боку соціальна адаптація, передаючи усталені символи, норми та традиції соціуму, формує в індивіда уявлення про світ та його роль у ньому, а водночас – відтворює цей соціум, але вже через призму сприйняття та поведінку адаптованого індивіда, приймаючи деякі зміни. Так відбувається взаємодія між індивідом та суспільством.

Тож, адаптація – це непросте явище, яке можна розглядати в контексті різних вимірів. Слід зазначити, що через вагомий вплив соціальних чинників на процес адаптації, іноді її прирівнюють до процесу соціалізації, тому щоб не було плутанини, розберемося, як ці два поняття співвідносяться між собою.

З одного боку, соціалізацію можна розуміти як ширше поняття, що включає в себе адаптацію як один з компонентів. З іншого боку, адаптація може розглядатися як більш фундаментальний процес, що лежить в основі соціалізації. Деякі дослідники вважають соціалізацію та адаптацію тотожними процесами, з тією лише різницею, що соціалізація фокусується на набутті соціальних властивостей особистості під впливом соціуму, а не на її психофізіологічних та біологічних характеристиках [9, с. 110].

Над різницею між цими двома явищами розмірковував М. Лукашевич. Він вважав, що соціалізація та соціальна адаптація тісно пов'язані, проте мають схожі та відмінні риси [10, 14].

Їхня схожість, безумовно, зрозуміла, бо і там, і там людський індивід виступає як об'єкт та суб'єкт процесу. Також ці два явища пов'язані зі входженням у соціальне середовище, що супроводжується впливом основних сфер суспільного життя. Як результат цих процесів виступає прийняття індивідом певних норм, правил та встановлення соціальних відносин.

Ключовою відмінністю цих процесів, за думкою Лукашевича, є глибина впливу на людину: «...соціалізація – більш тривалий, безперервний процес, тоді як адаптація пов'язана зі змінами середовища і триває до моменту досягнення вільного функціонування в ній...». Також автор зазначає, що: «Для успішної адаптації особистості потрібен певний рівень соціалізації» [10, с. 69].

Таким чином, Лукашевич пропонує свою концепцію адаптивно-розвиваючої соціалізації. В основі концепції лежать міркування про взаємодію соціалізації та адаптації. Автор розглядає цю взаємодію як цикл з певними стадіями. На одній зі стадій соціалізації індивід знаходиться в максимально комфортному середовищі, що свідчить про рівновагу між поведінкою людини

та вимогами середовища. Після цього настає момент, коли щось звичне змінюється, що змушує індивіда відчувати дискомфорт та запускає процес адаптації до нових умов. Після завершення адаптації новий досвід закріплюється у соціалізації людини, підвищуючи її рівень. Таким чином, кожна наступна адаптація буде відбуватися все ефективніше, підвищуючи соціалізацію індивіда [10, с. 70].

Отже, Більшість дослідників сходяться на думці, що адаптація – це багатогранний і динамічний процес. У широкому сенсі її визначають як:

- процес, в ході якого індивідуальні та особистісні якості людини пристосовуються до мінливих умов життя та діяльності.
- активна взаємодія, де особистість не пасивно підкоряється середовищу, а й впливає на нього.
- зміни середовища згідно з потребами, цінностями та ідеалами особистості.
- комплекс змін на рівні психічної регуляції, які забезпечують стійкість та рівновагу в системі "суб'єкт праці – професійне середовище".

Ми ж, здебільшого, зосередимося на соціальній складовій адаптації демобілізованих військовослужбовців. Проте варто також враховувати психологічний та біологічний чинники адаптації, які будуть мати вплив на поведінку індивіда в соціумі.

Початком процесу адаптації ми вважатимемо рішення про повернення зі служби до мирного життя особи, яка до цього тривалий час брала участь у бойових діях. Щоб визначити кінцеву межу цього процесу, треба встановити показники, за якими буде вимірюватися рівень адаптації.

За однією думкою, так як соціальна адаптація – взаємний процес пристосування людини до соціального середовища, тобто і людина пристосовується до суспільства, і суспільство до людини, то відповідність між

рівнем соціальних потреб і рівнем їх задоволення визначає рівень соціальної адаптації [16].

За іншою думкою, результатом успішної адаптації стає гармонійне входження особистості в нове середовище, що проявляється в адекватному сприйнятті навколишнього світу та власного тіла, встановленні здорових відносин та спілкування з оточуючими, спроможності до праці, навчання та організації дозвілля, гнучкості (адаптивності) поведінки у відповідь на рольові очікування інших [17].

Ми вважаємо, що для визначення адаптації як успішної, мають враховуватися обидва з цих показників.

Висновки до розділу 1

Отже, ми розглянули поняття «комунікація» та «комунікативні технології», їхній взаємозв'язок із соціальними технологіями та різні погляди та підходи до їхнього розуміння.

Ми прийшли до висновку, що комунікативні технології – це сукупність прийомів, процедур, засобів і методів, що покликані впливати на свідомість та поведінку соціуму, шляхом створення інформації, її упорядкування, трансляції, обміну.

Ці технології реалізуються тільки через комунікацію. Це можуть бути різні типи комунікації, в тому числі міжособистісна, групова, масова. Вплив комунікативних технологій на масову свідомість може бути як позитивним, так і негативним в залежності від мети. Комунікативні технології завжди мають перед собою певну соціально значущу мету, яка досягається за умови дотримання спланованого технологічного ланцюжка.

Комунікативні технології – це широке поняття, може включати у себе і соціальні, й соціально-комунікативні технології. Це не лише технічні інструменти, але й соціальні та психологічні аспекти комунікації

Також ми розглянули поняття «адаптація» та «соціальна адаптація», зв'язок між ними та процесом соціалізації. Визначилися з точками відліку для процесу адаптації та її успішного завершення.

Підсумовуючи, ми можемо сказати, що соціальна адаптація – це процес, який розпочинається в момент, коли щось звичне у соціальному середовищі індивіда змінюється або змінюється сам індивід – в обох випадках стається невідповідність між вимогами, нормами та правилами середовища та потребами, цінностями, уявленнями людини – після чого починається врівноваження цих факторів.

Цей процес є відмінним від процесу соціалізації за тією ознакою, що соціалізація відбувається безперервно протягом всього життя, у той час як адаптація є реакцією на зміни і триває до того часу, поки індивід не почуватиметься комфортно у соціальному середовищі.

За концепцією адаптивно-розвиваючої соціалізації існують певні цикли адаптації, які відбуваються протягом життя людини. Кожен наступний цикл адаптації відбувається все ефективніше за рахунок досвіду з минулих разів, який відбивається в соціалізації особистості. Таким чином, адаптація є інструментом, який щоразу підіймає соціалізацію на новий рівень.

За думкою більшості дослідників адаптація – це взаємний процес. Не тільки індивід пристосовується до суспільства, але й суспільство до нього. Людина є активним суб'єктом в цьому процесі й здатна впливати та трансформувати соціум.

На адаптацію впливають соціальні, біологічні та психологічні чинники, проте ми здебільшого будемо зосереджуватися на соціальних, враховуючи вплив інших.

Успішне завершення адаптації характеризується гармонійним входженням особистості в нове середовище, що проявляється в адекватному сприйнятті навколишнього світу та власного тіла, встановленні здорових відносин та спілкування з оточуючими, спроможності до праці, навчання та

організації дозвілля, гнучкості (адаптивності) поведінки у відповідь на рольові очікування інших – з одного боку. З іншого боку адекватне сприйняття особистості *суспільством*, адаптація під його потреби та вміння правильно комунікувати.

У наступному розділі ми розглянемо особливості адаптації демобілізованих військових до мирного життя та комунікативні технології підтримки цієї адаптації. Також проаналізуємо досвід інших країн в розрізі цієї проблеми.

2. Технології підтримки соціальної адаптації військовослужбовців до мирного життя

2.1 Соціальна адаптація демобілізованих військових та фактори, що на неї впливають

Військова служба – це не просто робота, це спосіб життя, що формує унікальний світогляд. Перебуваючи в жорсткій структурі армії, солдати та офіцери з часом кардинально змінюють свої погляди на суспільні відносини, змін зазнає й психологічний та моральний стан. Ці зміни стають основою для нового бачення світу, яке різко контрастує з життям за межами служби.

Повернення до цивільного життя для колишніх військових – це не просто зміна декорацій, а справжнє культурне та соціальне потрясіння. З одного боку, вони прагнуть до активного життя, ділитися досвідом та будувати нову кар'єру. З іншого – стикаються з жорсткою реальністю, де норми, цінності та правила життя кардинально відрізняються від вже звичних для них.

Деякі дослідники розділяють процес адаптації до цивільного життя на чотири етапи [18]:

- Підготовка: усвідомлення майбутніх змін, планування кар'єри, навчання новим навичкам.
- Входження: перші кроки в цивільному житті, пошук роботи та житла, знайомство з новим середовищем.
- Адаптація: активне пристосування до нового ритму життя, норм та цінностей цивільного суспільства.
- Розвиток: особистісний та професійний ріст в нових умовах, самореалізація та внесок у життя суспільства.

Тож, процес адаптації починається ще до фактичного повернення військового зі служби, і важливо, щоб цей процес був усвідомлений. Кожен військовий проходить цей шлях по-своєму, стикаючись з різними труднощами

та викликами, і якщо він буде проінформований про них заздалегідь, то це позитивно відобразиться на його адаптації.

Адаптацію можна умовно розділити на три сфери: психологічно-соціальна, професійна та правова. Психологічно-соціальна адаптація – це засвоєння цінностей та культури цивільного середовища, а також робота над психологічними травмами та налагодження комунікації з близькими та суспільством в цілому. Правова адаптація – це знання та розуміння норм, що регулюють життя цивільних людей, а також своїх прав на допомогу як учаснику бойових дій. Та професійна, на якій здебільшого акцентують увагу українські дослідники та держава – це пошук роботи, відповідної навичкам та досвіду військового, а також отримання необхідної підтримки та допомоги [19, с. 63].

Важливо, щоб суспільство не залишало колишніх військових наодинці з труднощами адаптації. Державні програми, громадські ініціативи, підтримка близьких людей, правове регулювання адаптації військовослужбовців – все це може допомогти їм ознайомитися зі своїми правами та обов'язками, успішно адаптуватися до цивільного життя та стати повноцінними членами суспільства.

В процесі адаптації військових беруть участь фахівці з різних галузей. Медики, психологи та соціологи спільно працюють, щоб допомогти військовослужбовцю звикнути до нових реалій життя. Часто отримані під час служби стрес та травми призводять до розвитку психічних розладів, зокрема депресії та тривожних станів. Колись самостійне подолання наслідків служби вважалося ознакою мужності та міцної волі. Проте ті часи у минулому, а сучасні методи лікування фокусуються на розумінні та співчутті до переживань військовослужбовця, що дає кращі результати, ніж сором та самобичування, які раніше домінували у військовій культурі [20, с. 1253].

Варто детальніше зупинитися на моменті військової культури та дисципліни. Жорсткість військової дисципліни та статутні обмеження мають

великий вплив на військового під час служби, і після повернення відсутність вже звичного контролю може викликати розгубленість, почуття невизначеності та навіть суїцидальних думок під час адаптації.

Як ми вже звертали увагу на початку розділу, підготовка до переходу з військової служби до цивільного життя має починатися ще до звільнення, хоч це не завжди є таким на практиці. Проте переходу від цивільного життя до військового приділяють навіть більшу увагу.

У деяких країнах, наприклад, Канаді, період переходу від цивільного життя до військового триває 12-15 тижнів. Чому цей процес вважається таким важливим, що на нього виділяють стільки часу? З точки зору держави, професія військового є унікальною, бо нема жодної іншої професії чи організації, яка б вимагала такої повної і глибокої прихильності до абсолютно нового способу життя, де панують правила, накази, специфічні цінності, ієрархія і полкова система [22, с. 55].

Міністерство національної оборони Канади будує програму адаптації до служби таким чином, щоб поступово привчати кандидатів до обмеження вільного часу, тренувань та правил поведінки. Такий підхід допомагає розвинути базові навички, полегшує інтеграцію у військове життя і розвиває командний дух серед членів армії [23]. Цей період є своєрідною посвятою і вважається періодом культурної індоктринації.

Таким чином, цей обряд посвяти передбачає індоктринацію в тому сенсі, як це визначив квебекський професор і письменник д-р Франсіс Дюпюї-Дедюї. Він розмірковував про схожість та відмінність процесів індоктринації та соціалізації та зазначав, що це не тотожні поняття. Соціалізація, на його думку – це процес «... в ході якого індивід, що живе в суспільстві, засвоює та інтерналізує певну кількість норм, критеріїв включення та виключення, ритуалізованих практик тощо через контакт з іншими». У свою чергу, індоктринація є менш масштабним процесом, який «... має добровільний характер і політичну спрямованість: його метою є заохочення за допомогою

дискурсу та/або формальної практики поваги або навіть ентузіазму до офіційної влади чи ідеології, якій має намір служити індоктринатор» [24, с. 694].

Індоктринація розробляється і впроваджується владою в політичних цілях, щоб підготувати прихильників і/або зменшити ризик появи дезертирів. Серед специфічних цінностей військових організацій є наступні: підпорядкування себе групі, слухняність, готовність до самопожертви, спільність зусиль і самодисципліна [25, с. 15]. Ці цінності кардинально відрізняються від сучасних цінностей суспільства, які закріпилися з розвитком та підвищенням рівня освіти: індивідуалізм, гедонізм, внутрішня орієнтація. Тож, повертаючись зі служби, військовий зіштовхується іншими нормами та має прийняти інші цінності.

Щодо української літератури, дослідники найчастіше приділяють увагу професійному аспекту адаптації військових. За кількістю робіт поряд також стоять психологічні та медичні чинники. Значно менше досліджень проведено у напрямку соціальних. Тарас Вдовиченко у своїй роботі описує групу українських дослідників, які концентрують увагу саме на зайнятості колишніх військових. За їхньою думкою, важливу роль у адаптації відіграє пристосування ветеранів до нових професійних відносин, з чим ми, безумовно, погоджуємося. Соціальну адаптацію ветеранів ці дослідники трактують як процес «пристосування до умов цивільного життя (цивільного середовища, громадянського суспільства) з ринковою системою відносин». [21, с. 169]

Безумовно, проблема пошуку нової професії має дуже велику вагу в процесі переходу військового до цивільного життя, проте, на нашу думку, не варто зосереджуватись тільки на цій проблемі, відвертаючи увагу від інших соціальних аспектів адаптації. Це, наприклад, питання засвоєння ветеранами нових соціальних норм, ролей, подолання маргіналізованого становища переходу від однієї соціальної групи до іншої. Нехтування ними може мати негативні наслідки не лише для самих військових, але й для їхніх сімей.

Труднощі адаптації можуть вилитися у домашнє насильство, розлучення, дитячі травми тощо [20, с. 1255].

Неможливо оминати тему адаптації військових-жінок до цивільного життя, адже і у світі, й в Україні багато захисниць служать в армії на рівних правах з чоловіками. Тому при розробці програм з адаптації та соціальної допомоги ветеранам треба також враховувати особливості, пов'язані зі статтю військових.

6 вересня 2018 року в Україні відбулася важлива подія – до низки законів були внесені зміни, які мають забезпечити рівні права та можливості для жінок і чоловіків у Збройних Силах України та інших військових формуваннях. За даними Головного управління персоналу Генерального штабу Збройних Сил України, у 2019 році в українській армії служило 27 074 жінки, з яких 949 мали звання старших офіцерів. Це значно більше, ніж у 2014 році, коли відсоток жінок у ЗСУ становив лише 6,5%. У 2019 році жінки-військовослужбовці вже складали понад 11% від загальної кількості військовослужбовців. [27, ст. 63]

Отже, розглянемо кілька досліджень, присвячених саме жінкам. Загалом у світі, особливо у США, у 1990-х роках значно зросла кількість досліджень, присвячених жінкам-ветеранам. Ці дослідження виявили високу поширеність посттравматичного стресового розладу (ПТСР) та військової сексуальної травми (ВСТ) серед цієї групи. ПТСР – це складний хронічний розлад, що виникає внаслідок травматичних подій. Він характеризується нав'язливими спогадами про травму, підвищеною збудливістю, порушеннями сну, труднощами з концентрацією уваги, ангедонією (нездатністю відчувати радість) та проблемами з соціальним функціонуванням [26].

Дослідження Лізи Буркхарт і Ненсі Хоган з Університету Лойоли, в якому взяли участь 20 жінок-ветеранів збройних сил США, дає змогу краще зрозуміти адаптацію до військового, а потім до цивільного життя, у жінок [26].

Отже, багато жінок-ветеранів, які брали участь у бойових діях, страждають від ПТСР. Дослідження показують, що 40% жінок-ветеранів зазнали ВСТ, що робить їх ще більш вразливими до ПТСР. Жінки-ветерани, які пережили ВСТ, але не брали участі в бойових діях, так само травмовані й мають такий саме рівень ПТСР, як чоловіки-ветерани, які брали участь у боях.

Також, під час інтерв'ю було виявлено, що багато жінок, які вступають в армію, вже мають досвід сексуального насильства (33%) або фізичного/емоційного насильства у дитинстві (35%). Ці жінки мають значно вищий ризик розвитку ПТСР під час військової служби, а також потребують більшої медичної допомоги після звільнення.

У підсумку, дослідження виявило декілька дієвих стратегій під час адаптації жінок до мирного життя. Учасники знаходили сенс і гордість у тому, що вони служили в армії. Це допомагало боротися зі стресом та соціальними викликами під час адаптації. Також корисною виявилися підтримка зв'язків з іншими жінками-військовими, які розуміли та ділилися власним досвідом [26].

Щодо України, у 2019 році було проведено напівструктуроване інтерв'ю з вісьмома жінками-ветеранками АТО/ООС на тему «Мілітарна ідентичність жінок-ветеранок та їхня соціальна адаптація до цивільного життя» [27, ст. 65].

За результатами дослідження, усі респондентки відмітили контраст у способі життя військових і цивільних, через який адаптація була дуже важкою та займала тривалий час: «Розмірене громадянське життя сприймалося як щось нереальне й абсурдне» [27, ст. 66]. Також важливим моментом є те, що жодна з респонденток під час адаптації не зверталася за допомогою до психологів. Вони віддавали перевагу самотійному подоланні труднощів. Важливу роль відігравали родичі та сім'я. Дослідження виявило сильний зв'язок між швидкістю адаптації та наявністю дітей у респонденток. Діти мотивують та допомагають швидше адаптуватися.

Після повернення з зон бойових дій у жінок відбувалися зміни у системі цінностей. Так, респондентки зазначали, що почали більше цінувати життя, сім'ю та здоров'я та менше ваги надавали матеріальним благам.

Отже, сім'я відіграє надважливу роль у адаптації, і це стосується всіх військових, а не тільки жінок. Підтримка «значущих інших» (членів родини, друзів) є однією з ефективних стратегій переходу до цивільного життя [27, с. 158]. І навпаки: складнощі в адаптації військового можуть призводити до специфічних відносин у сім'ї, а нерозуміння, сварки можуть вилитися у більш серйозні проблеми, такі як домашнє насильство. Тому члени родини також проходять своєрідну адаптацію: вчаться розуміти та поводитись з близькою людиною, що повернулася з бойових дій.

Сім'ї військовослужбовців – це окремий напрямок роботи. Члени родини мають отримати консультації від психологів та соціальних робітників ще до того, як військовий родич повернеться додому. Сюди входить пропрацювання можливих конфліктних ситуацій, покращення комунікативного стилю в родині, вміння спільно розв'язати проблему, стаючи на місце іншого [28, с. 227].

Серед рекомендацій сім'ям виділяють наступні [29, с. 103]:

- Прийняття змін, які відбулися в людині за час, який вона була у зоні бойових дій.
- Розуміння цінностей, які сформувалися в людини під час служби, стиль життя до якого він встиг звикнути.
- Не очікувати, що адаптація пройде швидко, дати людині час та ресурси, щоб знайти комфортний шлях адаптації.
- Поважати особисті кордони військового та окреслювати свої.
- Зберігати терпіння, повагу та спокій.

Треба підкреслити, що також важливу роль в адаптації військових відіграє соціальна підтримка, не тільки з боку сім'ї та держави, а також з боку всього суспільства. Люди повинні розуміти, що відбувається з військовими

після повернення додому, чому вони потребують підтримки, як з ними поводитися та що говорити.

Толерантне ставлення з боку суспільства до військового допомагає йому усвідомити свою суспільну значущість та зрозуміти, що його визнають. Важливо те, як про військових говорить громадськість, як висвітлює цю тему ЗМІ, яка панує суспільна думка [27].

Щодо цього в українському суспільстві існували серйозні проблеми до 2022 року. Про це говорять, наприклад, Ю. Фрідріх та Т. Люткефенд у своєму дослідженні 2021-го року. Вони зазначають три перешкоди для реінтеграції ветеранів в українське суспільство: «1) нестача адміністративного потенціалу міністерств та міжвідомчого співробітництва, 2) недостатня протидія загрозі політичної маргіналізації та радикалізації та 3) посилення суспільного розколу, що веде до відчуження ветеранів як соціальної групи» [30, с. 3].

Дослідниці зазначають, що викривлене висвітлення проблеми ветеранів у мас-медіа призводить до появи у суспільстві все більшої кількості стереотипів, які поглиблюються та, зрештою, призводять до дискримінації військових. Через це колишні військові часто відмежовуються від зайвих соціальних контактів, обмежуючись тільки колом знайомих побратимів [30].

Зараз, згідно з останніми опитуваннями, ставлення суспільства до ветеранів значно змінилося у кращій бік: 76% опитаних вважають, що суспільство сьогодні поважає ветеранів. [32] У той самий час кількість тих, хто вважає, що держава не виконує своїх зобов'язань перед ветеранами все зростає: наразі їх вже понад 60%.

За офіційними даними, сили оборони України наразі налічують приблизно 1 млн 200 тис осіб. Після завершення війни експерти очікують, що кількість ветеранів, членів їхніх родин та родин полеглих складе близько 3 млн осіб [31]. Згідно з дослідженням, яке було проведено у березні 2024 року, 70% опитаних мають серед близьких тих, хто воював або воює на фронті, і цей показник продовжує зростати. Відповідно, ці люди підтримують соціальні

контакти з ветеранами або будуть це робити, тому мають бути проінформовані про проблеми ветеранів [32]. Проте відсоток тих, хто хоча б частково проінформовані, складає 56%. Це означає, що є люди, які не знають, як поводитися з колишнім військовим, як його підтримати або як не спровокувати на конфлікт.

Тож, ми все ще маємо проблему з поінформованістю населення, тому важливо продовжувати застосовувати комунікативні технології для формування громадської думки та правильного ставлення суспільства до військових, щоб вони почували себе потрібними та важливими, а не маргіналізованими.

2.2 Комунікативні технології підтримки адаптації військових.

Досвід інших країн

Військовослужбовці в багатьох країнах світу отримують надзвичайно багато уваги з боку держави. Їм надається широкий спектр пільг та гарантій, що робить цю професію однією з найбільш захищених. За кількістю пільг та рівнем підтримки з боку держави військовослужбовці часто йдуть попереду інших категорій громадян. Це пов'язано з великими ризиками професії та її важливістю для держави.

Тож, почнімо зі США. Станом на вересень 2023 року в США налічувалося приблизно 17,9 мільйона ветеранів, які становлять близько 6,8% населення США віком від 18 років [33]. В динаміці з кожним роком кількість ветеранів скорочується: ще у 2000-му році їх було 25 мільйонів. Це зумовлено великою смертністю серед ветеранів Другої світової війни.

У США питанням соціально-економічної підтримки ветеранів опікується ціла система державних органів та громадських організацій. Її осередком є Міністерство у справах ветеранів, яке тісно співпрацює з профільними федеральними агенціями. Важливу роль у цій системі відіграє Офіс розвитку бізнесу ветеранів (OVBD), що входить до складу Адміністрації

малого бізнесу США. Він не лише надає ветеранам доступ до програм підтримки, а й аналізує їхню ефективність, готує відповідні звіти та захищає права ветеранів-підприємців.

Окрім OVBD, до системи залучені й інші структури, в тому числі близько 7 тисяч громадських організацій [34]. Їхня спільна робота спрямована на всебічну підтримку ветеранів, резервістів та членів їхніх сімей.

В США приділяють дуже багато уваги наданню допомоги бізнесу, який започатковують ветерани, адже половина з цих людей є працездатними та мають інтегруватися у суспільство та економіку. Підтримка бізнесу є ефективним методом сприяння адаптації військових та розвитку економіки країни.

Розглянемо коротко те, як деякі структури підтримки ветеранів формулюють та доносять свою місію, цінності та як ведуть комунікацію з військовослужбовцями.

Почнемо з Department of Veterans Affairs (VA), або Департаменту у справах ветеранів США. Це федеральний орган виконавчої влади, який відповідає за надання медичного обслуговування ветеранам, які мають право на нього, а також за надання широкого спектру пільг та послуг їм та їхнім сім'ям.

VA виділяє перед собою чотири місії [35]. Перша – охорона здоров'я ветеранів. Друга – пільги ветеранам: через Управління пільг для ветеранів VA допомагає військовослужбовцям закінчити військову службу, а також допомагає з освітою, кредитами на житло, страхуванням життя тощо. Третя місія – національні кладовища. Департамент надає допомогу з гідного поховання ветеранів і відповідних членів сімей, утримуючи понад 150 кладовищ як національних святинь, а також забезпечує цифрове укріплення пам'яті в Меморіалі спадщини ветеранів, щоб вшанувати їхню службу та жертву нації. І четверта місія, яка полягає в тому, щоб покращити готовність країни до реагування на війну, тероризм, національні надзвичайні ситуації та

стихійні лиха шляхом розробки планів і вжиття заходів для забезпечення безперервного обслуговування ветеранів.

Свої основні цінності Департамент представляє аббревіатурою ICARE, де [35]:

- Integrity – чесність: Дійте з високими моральними принципами.
- Commitment – Зобов'язання: старанно працювати, щоб служити ветеранам та іншим бенефіціарам.
- Advocacy – Адвокація: Будьте справді орієнтовані на ветеранів, визначаючи, повністю враховуючи та належним чином просуваючи інтереси ветеранів та інших бенефіціарів.
- Respect – Повага: Ставтеся до всіх тих, кому служите і з ким працюєте, з гідністю та повагою. Виявляйте повагу, щоб заслужити її.
- Excellence – Досконалість: Прагніть до найвищої якості та постійного вдосконалення.

У VA є свій прес-центр, де висвітлюються важливі новини Департаменту, які будуть корисні для ветеранів. Наприклад, 2-го травня повідомлялося про загальнонаціональний марш на честь «Меморіального травня» і як в ньому можна взяти участь [36].

На сайті також можна знайти мережу високоякісних подкастів, створених з урахуванням інтересів та потреб спільноти ветеранів [37]. Кожен подкаст спеціалізується на конкретній темі та містить корисну інформацію.

Також VA має свою команду програмістів, які нещодавно розробили мобільний додаток “Health and Benefits”. Департамент розробив додаток після того, як помітив зміни в поведінці користувачів – все більше трафіку проходить через мобільні пристрої. Тож, VA взялася за розробку власної мобільної програми, яка точно відображає пропозиції веб-сайту, але більш персоналізована та інтуїтивно зрозуміла. У додатку ветерани можуть користуватися послугами VA: планувати зустрічі онлайн, переглядати та

встановлювати нагадування про зустрічі, запитувати рецепти та навіть брати відеоконсультації безпосередньо зі своїх телефонів.

Ще на сайті є сторінка з корисним переліком ресурсів для ветеранів [38]. Там є програми підтримки, знижки для ветеранів, новини тощо. За цим списком ресурсів можна стежити не тільки на сайті, а й у соціальних мережах за хештегом #VetResources. Цей хештег також можна ставити самому, якщо ви дізналися про корисний ресурс, яким бажаєте поділитися з рештою ветеранів. Виходить дуже ефективна база корисної інформації, у створенні якої беруть участь й самі ветерани.

VA також присутні майже у всіх соціальних мережах та активно ведуть їх. Найпопулярніші профілі у Youtube, Instagram, Facebook, X. На своїх сторінках Департамент щотижня публікує добірку актуальних подій для ветеранів. Також дуже багато порад з психологічної та соціальної підтримки.

Наприклад, у Facebook часто публікуються дописи з відео інтерв'ю, яке дає ветеран. У ньому він розповідає про якусь проблему, з якою він зіштовхнувся, наприклад ПТСР, і як він знайшов вихід. До таких дописів додається текст, який коротко описує людину та її історію, це не просто сухе пропихування допомоги або поради. Наприклад, ось один з текстів: «Сержант відчував інтенсивні симптоми посттравматичного стресового розладу після служби в армії США у В'єтнамі. Удома він був надмірно пильним і мав нічні кошмари. Подивіться, як сержант розповідає про свій шлях до зцілення, який включав терапію та спрямування свого болю в музику» [39]. Дослідники й справді зазначають, що ветеранам простіше спілкуватися та приймати поради від своїх побратимів – людей зі схожим досвідом [26]. Тому такий формат донесення інформації про можливість отримати психологічну допомогу є однією з найефективніших стратегій.

В Instagram також є багато цікавих та важливих рубрик. Наприклад, VA дуже ретельно пропрацьовує повідомлення про те, що спитати знайомого ветерана, чи є в нього думки про суїцид – це не дивно, не соромно, а може бути

дуже важливо для людини. Вони нагадують про це у регулярній рубриці «Не роздумуй над цим. Просто запитай».

Загалом вся комунікація на сторінках Департаменту має турботливий тон, вони підтримують свої цінності в комунікації та дають дійсно корисну інформацію.

Також на увагу заслуговують численні громадські організації США. Розглянемо тут одну з них, яка стоїть найвище у рейтингу громадських організацій, що допомагають ветеранам – це «Veteran Tickets Foundation – Vet Tix» [40].

Місія організації – це надання квитків на події ветеранам, військовим та їхнім сім'ям, щоб зменшити стрес, зміцнити сімейні зв'язки, створити спогади на все життя та заохочувати військовослужбовців брати участь в житті американського суспільства. Це квитки на спортивні заходи, концерти, вистави, освітні та сімейні заходи по всій країні. VetTixers запитують квитки на події, які їх цікавлять, та отримують їх безкоштовно, сплачуючи лише за доставку [41].

На своєму сайті організація зазначає наступні цінності:

- Патріотизм – шана і підтримка чоловіків і жінок, які служили країні.
- Підтримка та визнання – жовта стрічка на машині свідчить про підтримку, але відправити ветерана на гру з його родиною – справжній вияв вдячності.
- Якість життя – військовослужбовці боролися та жертвували собою за життя та свободу інших, тому вони заслуговують мати щастя.
- Сім'я – зміцнюємо сімейні зв'язки, заохочуючи спільний досвід, який створює тривалі спогади.

В фонді також є програма «Hero's Wish». Нею можуть скористатися військовослужбовці, які знаходяться на дійсній службі, важко поранені ветерани та сім'ї загиблих військових. «Hero's Wish» дозволяє учасникам, які відповідають певним критеріям, запитувати конкретні квитки на будь-яку

окрему подію, і донори виконують цей запит, жертвуючи квитки або гроші на здійснення бажання героя [42].

Таким чином, діяльність фонду дійсно дуже сприяє адаптації військових після служби. Бо, по-перше, військові відчують до себе повагу та прихильність тисяч людей, які жертвують квитки. Це допомагає їм пишатися своїм військовим досвідом та рухатися далі після служби [27]. По-друге, як ми вже зазначали у минулому розділі, сім'я має надважливе значення для адаптації військових [27, 28]. Тому сімейні поїздки можуть допомогти покращити стосунки всередині родини, зняти напругу та після довгого розлучення знову мати спільні спогади.

Наступною країною, яку ми розглянемо, є Велика Британія. За даними перепису населення 2021 року, 1,85 мільйона людей в Англії та Уельсі повідомили, що вони раніше служили в збройних силах Великобританії [43]. Це становить 3,8% від загальної кількості населення віком від 16 років.

Підтримкою ветеранів у Великій Британії опікуються уряд, благодійний фонд Збройних сил та чисельні неприбуткові організації. У 2019 році уряд створив Управління у справах ветеранів при Кабінеті міністрів для кращої координації політики між урядом, Шотландією, Уельсом і Північною Ірландією та місцевою владою [43].

Ветерани можуть отримати допомогу та поради через Veterans' Gateway. Це консорціум об'єднань та благодійних організацій, який знаходиться під керівництвом Королівського британського легіону. Королівський британський легіон – це найбільший благодійний фонд Збройних сил. Він надає послуги з працевлаштування, навчання, відрядження та забезпечення обладнання, щоб допомогти колишнім військовослужбовцям опанувати нові професії. Цим також займається партнерська організація легіону – RFEA.

Цікавим для нашого дослідження є діяльність організації Veterans' Gateway, тому розглянемо особливості її комунікації трохи детальніше.

Місією організації є налагодження контактів між ветеранами, їхніми сім'ями та організаціями, які найкраще підходять для надання їм необхідної поради та підтримки [44].

З організацією можна зв'язатися по телефону, в онлайн-чаті, поштою та у соціальних мережах. На їхньому сайті є всі контакти. Також там є розділ з історіями ветеранів, які діляться досвідом адаптації до цивільного життя після служби. Кожна стаття в цьому розділі присвячена унікальній життєвій ситуації, яка склалася у людини. Цей розділ має на меті розповісти якомога більше різних історій, в яких ветерани можуть впізнати себе й зрозуміти, що всюди можна знайти вихід. Ми вже розглядали цей метод комунікації з ветеранами на прикладі США, і тут він також є ефективним та має велике значення для людей, які шукають підтримки.

Також на сайті всюди є нагадування про те, що якщо ви знаходитесь у кризі або маєте якісь інші проблеми – телефонуйте, пишіть. Якщо перейти в розділ, присвячений Combat Stress (провідній благодійній організації Великобританії, яка займається психічним здоров'ям ветеранів), то через деякий час на екрані з'явиться вікно з наступним повідомленням: «Наші спеціалісти вже звільнилися для спілкування. Чи хотіли б ви зв'язатися?» – «Так» або «Ні». Тобто така комунікація розрахована на ветеранів, які мають тривожний стан, але вагаються, чи варто звертатися про допомогу. Такі нагадування та кнопки на кожній сторінці справді можуть сприяти рішенню звернутися до спеціаліста.

Ще однією корисною технологією, яку використовує Veterans' Gateway є додаток для ветеранів. Він фінансується Міністерством оборони та Трастовим фондом Збройних Сил [45]. Додаток Veterans' Gateway допомагає ветеранам за допомогою смартфона або планшета знайти організації у своєму регіоні, які можуть допомогти з такими питаннями, як фінанси, житло, працевлаштування, стосунки, фізичне та психічне здоров'я. Каталог об'єднує всі заклади Національної служби охорони здоров'я (NHS) по всій країні та

понад 2 000 благодійних організацій, що дозволяє ветеранам та їхнім сім'ям отримати доступ до місцевої підтримки.

У навчання та професійне перепідготування ветеранів важливий внесок робить організація RFEA. Місією благодійної організації є підготовка солдатів і ветеранів до цивільної роботи після звільнення з британських збройних сил. У Великій Британії є приблизно 1 мільйон ветеранів працездатного віку, і більший відсоток ветеранів є безробітними порівняно з рештою суспільства [46]. RFEA не просто допомагає ветеранам знайти роботу – вони надають довготривалу підтримку та навчання, що сприяє повному розкриттю потенціалу колишніх військових.

Особливістю комунікації з організацією є те, що її працівники також колись були військовими або є членами родини військового [47]. Тож, вони мають власний досвід та можуть співчувати тим, кому допомагають. Кожен військовий, який звертається в організацію, отримує наставника. Наставник ретельно вивчає резюме та біографію ветерана, багато спілкується з ним та стає близьким приятелем, таким чином супроводжуючи та підтримуючи на шляху зміни професії.

Окремо RFEA приділяє увагу жінкам-ветеранам та сім'ям військових. Дослідження показали, що жінки-ветерани стикаються з більшими перешкодами при працевлаштуванні, ніж чоловіки [48]. Це часто пов'язано з внутрішніми сімейними обставинами, які змушують жінку відсунути кар'єру на другий план. Тому в RFEA для жінок підбирається наставниця, яка також є ветеранкою або дружиною військового, матір'ю дітей, і може глибше зрозуміти складності такого життя. Також, діти та дружини військових можуть отримати допомогу від організації за окремою програмою підтримки сімей.

Наступною країною у фокусі нашого дослідження є Данія. Кількість ветеранів в країні, які пішли зі служби з 1948 року, оцінюється приблизно в 60 000. Проте, кількість ветеранів, зареєстрованих в електронному Центральному реєстрі осіб з 1992 року, складає лише близько 39 000 ветеранів

Тож, з урахуванням чисельності населення у 5 900 000, частка ветеранів у в країні становить приблизно 0,6%–1,0% [49]. Свою першу політику щодо ветеранів Данія започаткувала відносно недавно – у 2010 році. Поточна політика щодо ветеранів Данії була запроваджена в 2016 році.

Політика країни виступає основою для конкретних ініціатив, таких як Данський центр ветеранів. Цей центр є координаційним органом при Міністерстві оборони, який працює над забезпеченням підтримки і лікування данських ветеранів та їхніх сімей, а також над подальшим визнанням і вшануванням їхніх зусиль і жертв [50]. Данський центр ветеранів підтримує волонтерські ініціативи через фінансування та освіту. Міністерство оборони Данії налічує близько 70 організацій, які беруть участь у волонтерських ініціативах.

Тож, звернемо увагу спочатку на Данський центр ветеранів. На сайті центру є купа корисних розділів від списку форумів для ветеранів та працевлаштування до психологічної допомоги та досліджень, присвячених ветеранам. Проводячи дослідження та опитування, центр виділяє дійсно проблемні моменти, які трапляються під час адаптації військових, та концентруються на них. Таким чином, створюються змістовні цільові програми, яким присвячені окремі розділи на сайті.

Наприклад, центр звернув увагу на проблему дітей, чиїх батьків відправляють на війну [51]. Щоб допомогти батькам та викладачам правильно говорити з дитиною на цю тему, Данський центр ветеранів створив новий навчально-діалоговий матеріал. В ньому розповідається про роботу солдатів і про те, як вона впливає на їхніх близьких. Матеріал дає вчителям та вихователям конкретні інструменти та рекомендації для підтримки дітей та батьків. Програма адаптована для окремих вікових груп від дитячого садка до 9-го класу та складається з книг, фільмів, ігор та фізичних активностей.

Інша програма від центру спрямована на покращення стосунків в родині військового, який повернувся зі служби [52]. Програма називається

«Prevention & Relationship Education Program» або данською: «Praktiske Redskaber til et Engageret Parforhold» – «Практичні інструменти для відданих стосунків у парі». Програма реалізується у вигляді дводенних курсів для пар. Курси та проживання безкоштовні. PREP – це не терапія для пари, а курс із кількома різними вчителями, які за допомогою практичних та інтерактивних методів бесіди та вправ розвивають здібності пар до кращого спілкування у стосунках. Курс складається з 10 тем, ось деякі з них: кохання, спілкування, примирення, шлях вперед, секс і стосунки.

Наступним розглянемо проєкт «DIF Soldater», який профінансований Данською спортивною конфедерацією та Міністерством оборони Данії. Проєкт призначений для всіх ветеранів, які постраждали внаслідок бойових дій. Місією проєкту є підтримка переходу ветеранів від військового до цивільного життя. У ньому використовується спорт як засіб підтримки реінтеграції ветеранів за рахунок створення нових знайомств, дружніх стосунків та пошуку нового сенсу життя для кожного ветерана [53].

Проєкт створює спеціальні табори та спортивні «безпечні зони», куди можуть приходити травмовані ветерани та починати свій шлях у спорті. Згодом створюються умови для того, щоб колишні військові могли виходити з цих «безпечних зон» у відкриту спортивну культуру. Також регулярно проводяться спортивні табори для ветеранів, деякі з них також направлені і на членів сімей військових. Так, у табір можна приїхати разом зі своєю сім'єю та налагодити стосунки, створити спільні спогади.

Висновки до розділу 2

Тож, в цьому розділі ми з'ясували, що головною причиною, чому процес переходу від військового життя до цивільного не завжди дається легко, є різка різниця між звичайним життям суспільства та військовою дисципліною. Професія військового є унікальною, бо нема жодної іншої професії чи організації, яка б вимагала такої повної і глибокої прихильності до

абсолютно нового способу життя, де панують правила, накази, специфічні цінності, ієрархія і полкова система.

Серед специфічних цінностей військових організацій є наступні: підпорядкування себе групі, слухняність, готовність до самопожертви, спільність зусиль і самодисципліна [25, с. 15]. Ці цінності кардинально відрізняються від сучасних цінностей суспільства, які закріпилися з розвитком та підвищенням рівня освіти: індивідуалізм, гедонізм, внутрішня орієнтація. Тож, повертаючись зі служби, військовий зіштовхується іншими нормами та має прийняти інші цінності.

Поширеною проблемою серед військових, які повернулися зі служби, є посттравматичний стресовий розлад (ПТСР). Він характеризується нав'язливими спогадами про травму, підвищеною збудливістю, порушеннями сну, труднощами з концентрацією уваги, ангедонією (нездатністю відчувати радість) та проблемами з соціальним функціонуванням.

Серед жінок також є поширеною ВСТ (військова сексуальна травма). Жінки-ветеранки, які пережили ВСТ, але не брали участі в бойових діях, так само травмовані й мають такий саме рівень ПТСР, як чоловіки-ветерани, які брали участь у боях. Хоч ця інформація ґрунтується на дослідженнях США, ми також маємо враховувати такі ризики щодо жінок-військових у нас. Тому при розробці програм з адаптації та соціальної допомоги ветеранам треба звертати увагу на особливості, пов'язані зі статтю військових.

Серед інших чинників, які впливають на адаптацію військових, сім'я відіграє надважливу роль. Підтримка «значущих інших» (членів родини, друзів) є однією з ефективних стратегій переходу до цивільного життя [27, с. 158]. І навпаки: складнощі в адаптації військового можуть призводити до специфічних відносин у сім'ї, а нерозуміння, сварки можуть вилитися у більш серйозні проблеми, такі як домашнє насильство. Тому члени родини також проходять своєрідну адаптацію: вчаться розуміти та поводитись з близькою людиною, що повернулася з бойових дій.

Дослідження проведені в Україні серед жінок-ветеранок виявили сильний зв'язок між швидкістю адаптації та наявністю дітей у респонденток. Діти мотивують та допомагають швидше адаптуватися.

Окрім підтримки сім'ї, дієвими стратегіями є відчуття гордості за службу в армії та підтримка зв'язків з іншими ветеранами. Колишні військові знаходили сенс і гордість у тому, що вони служили в армії. Це допомагало боротися зі стресом та соціальними викликами під час адаптації. Спілкування з іншими ветеранами було корисним, бо вони могли ділитися власним досвідом адаптації та співчувати один одному.

Також важливе толерантне ставлення з боку суспільства до військового. Це допомагає йому усвідомити свою суспільну значущість та зрозуміти, що його визнають. Важливо те, як про військових говорить громадськість, як висвітлює цю тему ЗМІ, яка панує суспільна думка [27]. А якщо висвітлення проблеми ветеранів у мас-медіа буде викривлене, то в суспільстві буде з'являтися все більша кількість стереотипів, які можуть поглибитися та призвести до дискримінації військових. Це і є причиною того, що колишні військові часто відмежовуються від зайвих соціальних контактів.

Загалом на сьогодні ставлення українського суспільства до ветеранів змінилося у кращий бік та є дуже позитивним. Проте ми все ще маємо проблему з поінформованістю населення, тому важливо продовжувати застосовувати комунікативні технології для формування громадської думки та правильного ставлення суспільства до військових, щоб вони почували себе потрібними та важливими, а не маргіналізованими.

Ми зробили огляд ефективних комунікативних технологій інших країн щодо підтримки адаптації військових. У фокусі нашого аналізу були США, Велика Британія та Данія.

Велика частка всієї допомоги ветеранам у країнах направлена на підтримку бізнесу, навчання та працевлаштування. Цей аспект має велике значення, бо зміна професії для ветеранів – це рух вперед, у нове цивільне

життя. До того ж, розв'язуючи питання працевлаштування ветеранів, держава також підтримує свою економіку.

Такі практики наявні у всіх трьох країнах, що ми розглядали. Наприклад, у США цим займається Офіс розвитку бізнесу ветеранів (OVBD), що входить до складу Адміністрації малого бізнесу США. Він не лише надає ветеранам доступ до програм підтримки, а й аналізує їхню ефективність, готує відповідні звіти та захищає права ветеранів-підприємців.

У Великій Британії є Королівський британський легіон. Це благодійний фонд Збройних сил, який допомагає колишнім військовослужбовцям опанувати нові професії. Вагомий внесок робить й організація RFEA – вона надає довготривалу підтримку та навчання, що сприяє повному розкриттю потенціалу колишніх військових. Окремо RFEA приділяє увагу жінкам-ветеранам, бо за результатами досліджень вони стикаються з більшими перешкодами при працевлаштуванні, ніж чоловіки.

У всіх трьох країнах активно застосовується стратегія допомоги ветеранам через створення соціальних зв'язків один з одним та обмін досвідом з адаптації. В Данії існує проєкт «DIF Soldater». Місією проєкту є підтримка переходу ветеранів від військового до цивільного життя. У ньому використовується спорт як засіб підтримки реінтеграції ветеранів за рахунок створення нових знайомств, дружніх стосунків та пошуку нового сенсу життя для кожного ветерана.

У Великій Британії RFEA, про яку ми вже згадували раніше, майже повністю складається з колишніх військових або їхніх членів родини. Тож, вони мають власний досвід та можуть співчувати тим, кому допомагають.

В США Департамент у справах ветеранів (VA) застосовує схожий метод у своїй комунікації на сайті та в соціальних мережах. Наприклад, у Facebook часто публікуються дописи з відео інтерв'ю, яке дає ветеран. В інтерв'ю колишній військовий розповідає про проблему, з якою він зіштовхнувся, наприклад ПТСР, і як знайшов вихід. В цілому, з усіх

проаналізованих організацій трьох країн VA найактивніше використовує соціальні мережі для комунікації з ветеранами.

Наприклад, VA в Instagram дуже ретельно пропрацьовує повідомлення про те, що спитати знайомого ветерана, чи є в нього думки про суїцид – це не дивно, не соромно, а може бути дуже важливо для людини. Вони нагадують про це у регулярній рубриці «Не роздумуй над цим. Просто запитай».

В мережі «X» Департамент має спеціальний хештег #VetResources. Цей хештег можна ставити самому, якщо ви дізналися про корисний ресурс, яким бажаєте поділитися з рештою ветеранів, або підписатися та стежити за ним. Виходить дуже ефективна база корисної інформації, у створенні якої беруть участь й самі ветерани.

Деякі організації намагаються спростити доступ до інформації та послуг ветеранам, розробляючи мобільні додатки. Наприклад, у Великій Британії організація Veterans' Gateway створила додаток, який допомагає ветеранам за допомогою смартфона або планшета знайти організації у своєму регіоні, які можуть допомогти з такими питаннями, як фінанси, житло, працевлаштування, стосунки, фізичне та психічне здоров'я.

У США Департамент у справах ветеранів має додаток “Health and Benefits”. У додатку ветерани можуть користуватися послугами VA: планувати зустрічі онлайн, переглядати та встановлювати нагадування про зустрічі, запитувати рецепти та навіть брати відеоконсультації безпосередньо зі своїх телефонів.

З урахуванням того, що сім'я та стосунки всередині між членами родини та військовим є дуже важливими під час адаптації до цивільного життя, цьому питанню приділяють увагу багато організацій. Дуже яскравим прикладом є організація «Vet Tix» у США. Вона надає квитки ветеранам, військовим та їхнім сім'ям на спортивні заходи, концерти, вистави, освітні та сімейні заходи по всій країні. Це допомагає військовим зменшити стрес,

зміцнити сімейні зв'язки, створити спогади на все життя та заохочує їх брати участь в житті американського суспільства.

В Данії з метою покращення стосунків у сім'ї військових створюють окремі цільові проєкти. Зокрема є програма «Практичні інструменти для відданих стосунків у парі», яка складається з дводенних практичних курсів для пар. Викладачі курсів за допомогою практичних та інтерактивних методів бесіди та вправ розвивають здібності пар до кращого спілкування у стосунках.

Також на окрему увагу заслуговують діти військових. У Великій Британії RFEA допомагає дітям військових з профорієнтацією, а потім підтримує під час побудови кар'єри. А в Данії існує навчально-діалоговий матеріал від Данського центру ветеранів, який дає вчителям та вихователям конкретні інструменти та рекомендації для підтримки дітей, чиїх батьків відправили на війну.

Отже, в наступному розділі ми проаналізуємо, які комунікативні технології підтримки адаптації військових застосовуються в Україні, виявимо, які проблеми військових та ветеранів досі турбують, та які з них можна вирішити через комунікацію. А також запропонуємо декілька проєктів, направлених на ці проблеми.

3. Практики використання комунікативних технологій для підтримки адаптації військових в Україні

3.1 Ефективність комунікативних технологій, які застосовуються в Україні для сприяння адаптації військових.

В Україні формуванням та реалізацією державної політики щодо допомоги та соціального захисту ветеранів займається Міністерство у справах ветеранів. Проте у підтримці ветеранів також беруть участь 22 центральні органи виконавчої влади [54].

Багато громадських організацій та ініціатив з підтримки ветеранів існували й до повномасштабного вторгнення, але після 24 лютого ця тема ще більше актуалізувалася. На сьогодні ми маємо безліч цікавих та корисних проєктів, які стосуються професійної, фінансової, медичної та психологічної допомоги. Тож, розглянемо, як вони застосовують комунікативні технології для підтримки адаптації військових та їхніх родин.

Український ветеранський фонд – це державна установа, яка займається допомогою ветеранам. Вона знаходиться у сфері управління Міністерства у справах ветеранів. Фонд створений у 2021 році. За час свого існування фонд встиг підтримати 508 ветеранських підприємств, провести величезну кількість безкоштовних юридичних консультацій, реалізувати освітні проєкти для ветеранів та провести багато корисних досліджень [55]. Також були організовані інформаційні кампанії та спецпроєкти, які ми розглянемо детальніше.

У серпні 2022 року Український ветеранський фонд розпочав інформаційну кампанію "Я – ветеран", щоб змінити уявлення суспільства про те, хто такі ветерани. Кампанія використовувала фотографії молодих захисників та захисниць України, щоб показати, що ветерани – це не лише люди похилого віку. Ці зображення з гаслами «Так, я – ветеран і продовжую захищати» були розміщені на бордах, сітілайтах та в соціальних мережах

[56]. Загалом фото з таким меседжем було розміщено на 253 рекламних площах.

Також 25 серпня 2022 року вийшла пісня «Воля» у рамках проєкту «АртФронт». Ця пісня написана ветераном війни Олегом Бондарем та виконана в дуеті з Олегом Скрипкою. Проект «АртФронт» має на меті популяризувати музику, створену ветеранами та військовими на передовій. Ідея проєкту належить Руслані Величко-Трифонюк, першій заступниці Виконавчої директорки Українського ветеранського фонду. Цей проєкт також має допомогти ветеранам реалізувати свій творчий потенціал після повернення з війни та сприяти їхній адаптації [57].

Наступний проєкт має назву «#ПозивнийУкраїна» – це мистецький проєкт, що розповідає історії людей, які стали на захист України під час війни [58]. Він започаткований Українським ветеранським фондом та художником Нікітою Тітовим до Дня Незалежності України в 2022 році. В центрі уваги проєкту звичайні люди, які полишили своє цивільне життя, щоб боронити свою країну. Нікіта Тітов створив тематичні малюнки, де зображує цих людей у їхніх мирних професіях та у військовій формі. Малюнки були розміщені в київському метрополітені на метробордах та на вуличній виставці в Харкові на майдані Свободи. Також в соціальних мережах запустили флешмоб #позивнийУкраїна, в якому люди розповідали історії своїх знайомих військових.

В грудні 2023 року започаткована ще одна інформаційна кампанія від фонду – «Шлях ветерана» [59]. В рамках проєкту була розміщена соціальна реклама на вулицях у вигляді банерів з фото рук та гаслами. Всього було п'ять сюжетів фото, героями яких стали справжні ветерани. Метою проєкту було нагадати суспільству, що ветеран не має бути сам на шляху повернення до цивільного життя – ми маємо підтримувати та розуміти його. Також в рекламі були присутні такі меседжі як:

- Ветерани – це невід’ємна частина суспільства. Їм потрібна наша підтримка.
- Війна – це не романтика. Вона має жахливі наслідки, з якими ветеранам доводиться жити.
- Сила духу важливіша за силу тіла. Ветерани з інвалідністю – такі ж люди, як і ми.
- Нам всім потрібно ставати інклюзивними, толерантними і небайдужими.

В результаті проєкту за місяць загальне охоплення кампанії склало 128 мільйонів [55].

Над важливими соціальними питаннями працює мережа підтримки ветеранів «Veteran Hub». Організація надає безкоштовні юридичні консультації, психологічну підтримку, має спеціальний простір для ветеранів, де проводяться різноманітні заходи. Мета організації – підтримка військових під час переходу до цивільного життя, а також допомога цивільним порозумітися з ветеранами [60].

Серед цікавих інформаційних кампаній від «Veteran Hub» є два подкасти «Воїни» та «Кохані», які утворюють один цілісний проєкт, метою якого є розмови з військовими та їхніми близькими про проблеми, важкий шлях під час війни і можливі виходи зі складних ситуацій [61]. Подкасти розпочалися у липні 2023 року і продовжували виходити щочетверга 24 тижні. У подкасті «Кохані» ведучою є дружина воїна та комікеса Настя Зухвала. Вона веде розмови з дружинами військових, де торкається надважких тем, з якими стикається багато жінок в Україні – поранення чоловіка, полон та звістка про загибель. У подкасті «Воїни» ведучим є ветеран Гліб Стрижко. В ньому відбуваються щирі розмови із захисниками та захисницями України.

Обидва подкасти дають можливість ветеранам та їхнім близьким висловитися та почути інших. Подкасти також несуть велику цінність для глядачів – допомагають зрозуміти, що ніхто не лишається наодинці зі своїми

проблемами: є інші люди, які також мають схожий досвід і пройшли цей шлях. Тож, завжди є вихід та організації, куди можна звернутися по допомогу.

«Veteran Hub» у рамках ініціативи «Сприяння побудові довготривалих близьких стосунків у сім'ях ветеранів та військових» реалізував два проєкти – «Resex» та «Усвідомлене батьківство». Для обох проєктів були проведені дослідження, на основі яких були створені освітні посібники. Проєкт «Resex» допомагає зрозуміти, як змінився сексуальний досвід між партнерами після поранення одного з них та як правильно будувати стосунки тепер [62]. Проєкт «Усвідомлене батьківство» допомагає прийняти рішення про батьківство та підготуватися до нього у сім'ях військових [63].

Обидва проєкти сприяють налагодженню стосунків у сім'ях військових, що позитивно відобразиться на їхній адаптації до цивільного життя після служби.

Тож, можна було б розглянути ще безліч цікавих ініціатив та проєктів, які реалізовувалися лише тільки за час повномасштабного вторгнення. Безумовно, в Україні на всю працюють над обізнаністю населення та сприянням адаптації військових та їхніх сімей. Але для того, щоб зрозуміти ефективність всіх цих проєктів та виявити прогалини в комунікації, ми звернемося до свіжих досліджень щодо задоволеності потреб ветеранів та настроїв у суспільстві.

Перше дослідження, яке ми розглянемо, має назву «Потреби ветеранів». Воно було проведено Українським ветеранським фондом з січня по квітень 2023. Дослідження складається з кабінетної та емпіричної частини, ми будемо звертатися саме до другої [64].

Емпірична частина дослідження складається з загальнонаціонального опитування соціологічної групи «Рейтинг», анонімного онлайн-опитування ветеранів та фокус-груп з ветеранками та ветеранами.

Перейдемо до результатів дослідження. На питання «На Вашу думку, наскільки суспільство сьогодні поважає ветеранів?», яке було поставлене

ветеранам та військовим, близько 60% респондентів відповіли, що суспільство поважає ветеранів. Натомість 21,4% обрали варіант «скоріше не поважає», а ще 4% – «зовсім не поважає». Тобто, приблизно чверть опитаних не відчуває поваги з боку суспільства, що є доволі великою часткою.

Також 50,2% ветеранів зазначали, що наразі потребують найбільше матеріальної підтримки. Ще 18,2% вказали на велику потребу в медичній підтримці, а для 9% найактуальнішою є інформаційна.

Серед проблем, з якими зіткнулися військові після повернення з війни, самі ж ветерани зазначали: відсутність роботи (77,5%), зловживання алкоголем чи наркотиками (72,8%), конфлікти у сім'ї, родині (69,4%). Щодо цих проблем погоджуються також інші українці, які не несуть службу, згідно з опитуванням Соціологічної групи «Рейтинг».

Окрему увагу слід приділити серії опитувань, які проводила соціологічна група «Рейтинг» – «Образ ветеранів в українському суспільстві». Вибірка дослідження репрезентативна за віком, статтю та типом поселення та складає 1000 респондентів. Було чотири хвилі опитувань: липень 2022 року, січень 2023, вересень 2023, березень 2024. Тож, можна подивитися, як змінюється думка українського суспільства з моменту початку війни.

В цьому плані є відчутна різниця у думці щодо того, чи поважає держава та суспільство ветеранів [32]. У липні 2022 року 69% опитаних вважало, що держава виконує свої зобов'язання перед ветеранами. У березні 2024 року людей такої думки було вже лише 25%. Так само, у 2022 році 93% респондентів вважало, що суспільство поважає ветеранів. У 2024 таких було вже лише 76%.

Щодо поінформованості населення, то все ж помітна позитивна динаміка. У липні 2022 року проінформованих про проблеми ветеранів було 37%, а у березні 2024 – 56%. Але також зросла і кількість тих, чий близькі воювали чи воюють зараз на фронті: з 54% до 70%.

Цікавим і важливим ми вважаємо також дослідження від компанії «Gradus» – «Вивчення потреб ветеранів на шляху повернення до цивільного життя» [65]. Дослідження проведено методом онлайн-опитування, цільовою групою дослідження були ветерани та демобілізовані військові. Опитування проводилося 1-5 лютого 2024 року.

У результаті дослідження серед найбільш актуальних економічних та реабілітаційних потреб ветеранів було виявлено такі: соціальні пільги (30%), оплачуваний відпочинок (29%), державна фінансова підтримка (27%), медична допомога / комплексна реабілітація (26%). У той же час серед інформаційних та емоційних потреб ветеранів та демобілізованих військових найбільше хвилюють наступні:

- Обізнаність про наявність організацій, які допомагають інтегруватися до цивільного життя (35%)
- Бути потрібними / важливими у цивільному житті (32%)
- Допомога з інформуванням / поясненням щодо процесів лікування, реабілітації та адаптації до цивільного життя (31%)

Щодо поваги суспільства до ветеранів, то на питання «Чи відчуваєте Ви повагу до себе з боку оточення?» 69% ветеранів зазначили, що відчувають повагу. Проте лише 28% опитаних не стикалися з неприємними ситуаціями у цивільному житті через свій статус. Частіше за все вказували на наступні ситуації:

- Запитання образливого характеру, недоречні фрази та висловлювання на адресу ветеранів / колишніх військовослужбовців (39%)
- Соціальна ізоляція (відчували себе ізольованими від оточення через відсутність розуміння) (29%)
- Страх / спроби уникати комунікативного, зорового контакту з боку оточення (25%)

Отже, виходячи з цих даних, можна виділити декілька напрямків, в яких слід працювати через комунікативні технології.

Перший – це інформування військових та ветеранів про процедури отримання пільг, про організації, які надають різноманітну підтримку при адаптації. Ми можемо впевнено казати про наявність такої проблеми, виходячи з досліджень. В опитуванні Українського ветеранського фонду майже 54% ветеранів зазначили, що держава не виконує свої зобов'язання перед ветеранами, а 25% не відчуває поваги з боку суспільства [64]. Під час фокус груп було виявлено, що такі думки у деяких ветеранів пов'язані з важкою тяганиною з документами, оформленням пільг та важкістю розібратися в інформації.

Також на цю проблему вказує те, що серед інформаційних потреб ветерани на перше місце ставили «Обізнаність про наявність організацій, які допомагають інтегруватися до цивільного життя», а на третє – «Допомога з інформуванням / поясненням щодо процесів лікування, реабілітації та адаптації до цивільного життя» [65].

Другим напрямком роботи може бути обізнаність населення про те, як правильно спілкуватися та проявляти свої почуття до ветеранів. Звісно, над цією проблемою працювали і продовжують працювати різноманітні проєкти, але це питання все ще актуальне. Проінформованість населення щодо проблем ветеранів на сьогодні складає лише 56% [32]. Але це тільки проінформованість щодо проблем, а не обізнаність щодо практичних технологій спілкування з ветеранами. До того ж, ветеранів або військових серед своїх близьких мають 70%, тобто є і такі люди, які спілкуються з ветеранами та військовими, але зовсім не обізнані про їхній стан та потреби.

Ми можемо відстежити цю проблему також у тому, що деякі військові та ветерани не відчувають поваги з боку суспільства. За даними опитування від Українського ветеранського фонду таких є 25%, за опитуванням від «Gradus» таких 31% [65, 64]. 72% ветеранів та демобілізованих військових

стикалися з неприємними ситуаціями, пов'язаними з їхнім статусом. Ми перелічували ці ситуації трохи вище. Всі вони можуть бути ненавмисно спровоковані через недостатню обізнаність, невдалу спробу виявити свої почуття, чи банальне незнання, як це зробити.

Як ми зазначали у другому розділі цієї роботи, думка та поведінка суспільства має велике значення для військових під час адаптації. Це підтверджує і те, що серед емоційних потреб опитані ветерани та військові вказали «Бути потрібними / важливими у цивільному житті» [65].

Тож, ці два напрямки є актуальними на сьогодні, і далі ми спробуємо запропонувати можливі комунікативні стратегії та технології для вирішення цих проблем.

3.2 Комунікативні стратегії та технології для вирішення двох актуальних питань підтримки адаптації військових до мирного життя.

На нашу думку, варто запропонувати два проєкти, які будуть націлені кожен на свою проблему. Тому почнімо з проблеми інформування військових про організації та порядок отримання пільг. З огляду на те, що в нашій країні, одній із перших у світі, успішно використовується додаток «Дія» для комунікації з державою та отримання державних послуг, нам здається, що запровадження схожого додатка, але для ветеранів та військових, буде позитивно сприйматися цільовою аудиторією. Схожі практики вже застосовувалися у США та Данії. Опис проєкту та стратегії його просування викладено нижче.

Опис проєкту. Цей мобільний додаток буде служити комплексною платформою для надання інформації та підтримки військовим та ветеранам України. Додаток буде містити інформацію про пільги, доступні організації, психологічну та юридичну допомогу, а також інші ресурси, необхідні для успішної адаптації до цивільного життя. Також в ньому буде можливість

отримати консультацію щодо процедур оформлення пільг або інших документів, участі у грантах тощо.

Мета. Покращити доступність інформації для військових та ветеранів, надати їм зручний спосіб зв'язку з організаціями та отримання підтримки, сприяти успішній адаптації військових та ветеранів до цивільного життя.

Завдання:

- Створити мобільний додаток, доступний для iOS та Android.
- Скласти базу даних організацій, які надають допомогу ветеранам, з можливістю пошуку за типом проблеми, яку треба вирішити, або за місцем знаходження.
- Надати інформацію про державні пільги та послуги, доступні військовим та ветеранам.
- Створити безкоштовну службу підтримки, яка буде доступна онлайн, телефоном та через чат.
- Розробити стратегію просування додатку серед військових та ветеранів.

Цільова аудиторія:

Первинна:

- Дійсні та колишні військовослужбовці Збройних Сил України.
- Члени їхніх сімей.
- Ветерани інших силових структур України.

Вторинна:

- Державні органи та організації, які працюють з ветеранами.
- Неурядові організації, які надають допомогу ветеранам.
- Громадськість, яка цікавиться питаннями ветеранів.

Аналіз схожих додатків:

Нещодавно в Україні був запущений додаток «База», в якому ветерани можуть отримати психологічну допомогу [66]. Також існує портал «е-Ветеран», де можна за пошуком знайти інформацію про державні послуги та

пільги для ветеранів [67]. Проте, жоден з них не має комплексної бази інформації про пільги, послуги, організації, а також онлайн-підтримку, яка б могла прямо у додатку допомогти розібратися з інформацією.

Позиціонування. Цей мобільний додаток буде позиціонуватися як комплексний інформаційний центр та платформа підтримки для військових та ветеранів України.

Канали комунікації для створення обізнаності про додаток:

- Власний веб-сайт
- Сторінки у соціальних мережах.
- Контекстна реклама (Google Ads).
- Співпраця з блогерами та лідерами думок.
- Розміщення інформації на тематичних форумах та веб-сайтах.
- Співпраця з ЗМІ: організація прес-конференцій та брифінгів; Розповсюдження прес-релізів.
- Участь у ветеранських заходах та конференціях.
- Розповсюдження інформаційних матеріалів (брошури, флаєри) у військових частинах та ветеранських організаціях.

Другий проєкт націлений на обізнаність населення про те, як правильно спілкуватися та проявляти свої почуття до ветеранів. З цією метою пропонуємо створити освітній проєкт, який буде вести активну діяльність в соціальних мережах, робити спільні публікації з іншими онлайн-медіа, а також буде брати участь в різних офлайн заходах та освітніх лекціях. Проєкт має стати впізнаваним брендом, який буде асоціюватися у населення з повагою до військових та ветеранів та піклуванням про них. Однією із задач проєкту буде створити логотип – символ, який буде простим, стильним та інтуїтивно пов'язаним з місією проєкту. Надалі цей символ має перетворитися на мерч (наліпки, значки тощо), який люди зможуть носити у себе на одязі та речах, проявляючи свою позицію – вшанування військових та ветеранів. Таким чином у суспільстві буде створюватися атмосфера поваги та шани, що

допоможе військовим та ветеранам почуватися потрібними та важливими. А населення буде мати практичні навички правильного спілкування з цією категорією осіб. Опис проєкту та стратегії його просування викладено нижче.

Опис проєкту. Адаптація – це взаємний процес. Сьогодні доречно казати не лише про адаптацію військових до мирного життя у суспільстві, але й про адаптацію суспільства до військових. Цей проєкт спрямований на підвищення обізнаності населення України про практичні навички технології для спілкування з військовими та ветеранами. Проєкт буде реалізовуватися переважно в соціальних мережах, але також буде співпрацювати з медіа, інфлюєнсерами, брати участь в офлайн заходах та проводити освітні лекції.

Мета. Створити проєкт, який навчить людей уникати помилок під час спілкування з військовими, ветеранами, та допоможе створити атмосферу поваги та підтримки для захисників у суспільстві.

Завдання:

- Розробити фірмовий стиль, логотип, назву для бренду проєкту.
- Розробити та поширювати інформаційні матеріали про проблеми ветеранів та військових, а також про те, як з ними правильно спілкуватися.
- Провести серію освітніх лекцій та тренінгів для різних аудиторій.
- Організувати акції та флешмоби у соціальних мережах, спрямовані на підвищення обізнаності та поваги до ветеранів та військових.
- Співпрацювати з медіа, інфлюєнсерами та громадськими організаціями для поширення інформації про проєкт.

Цільова аудиторія:

Первинна:

- Широкий загаль населення України.

Вторинна:

- Державні органи та організації, які працюють з ветеранами.
- Неурядові організації, які надають допомогу ветеранам.

- Медіа та інфлюєнсери, які є партнерами проєкту.

Аналіз схожих проєктів. Проєкт «Як ти брате?» має схожу мету, але спеціалізується переважно на офлайн-заходах та створенні посібників зі спілкування, а також не має як такого фірмового стилю та лого [68]. Інший проєкт є дуже крутий – «Завдяки тобі» [69]. Але він проводив лише дві активні інформаційні кампанії у 2018 та 2022 роках та не веде активності на постійній основі. Його логотип – ідеальний символ поваги для військових. Нам здається, що розширення проєкту «Завдяки тобі» та його поєднання з ініціативою, яку ми пропонуємо, могло б допомогти у досягненні мети.

Позиціонування. Проєкт позиціонується як ініціатива, до якої може долучитися кожен, хто прагне підтримати та виявити повагу до захисників нашої країни.

Tone of voice. Проєкт стосується важливої та серйозної теми, але важливо, щоб тон спілкування не був надмірно офіційним чи сухим. Необхідно емоційно залучити аудиторію, щоб люди відчували співчуття та бажання допомогти. Обов'язково ставитися з повагою до військових та ветеранів, а також до їхніх сімей. Це стосується як змісту повідомлень, так і способу їх вираження. Мова має бути зрозумілою для широкої аудиторії, тому слід уникати складних термінів або жаргону.

Стратегія комунікації

Глобальна мета – створити суспільство, в якому ветерани та військові, будуть відчувати підтримку, повагу та розуміння з боку людей, а не тільки від державних чи громадських організацій.

Завдання:

- Підвищити рівень обізнаності населення про проблему соціальної ізоляції серед ветеранів та військових.
- Навчити людей ефективно спілкуватися з ветеранами та військовими.

- Створити атмосферу поваги та підтримки для ветеранів у суспільстві.

Ідеї акцій відповідно до кожного завдання.

1) Арт-фотосесія із соціальним підтекстом

Ця фотосесія буде висвітлювати проблему соціальної ізоляції військових та ветеранів, яка відбувається через нерозуміння суспільства, страху перед спілкуванням з ними, ховання очей тощо. У результаті акції буде створена серія фото з участю ветеранів та військових, яка буде розповсюджуватися у соціальних мережах, ЗМІ, а також демонструватися на виставці. Мудборди для арт-фотосесії представлені у додатку А.

2) Інформативні пости

У соціальних мережах будуть створюватися інформативні пости, які будуть публікуватися сумісно з популярними онлайн-медіа та інфлюєнсерами, щоб охопити ширшу аудиторію. Теми та тексти постів мають складатися разом з експертами, які працюють з ветеранами. Серед них можливі такі теми: «Як почати розмову з ветераном про його самопочуття?», «Як пояснити дитині, як можна чи не можна поводитися з ветеранами та військовими?» тощо.

3) Конкурс ілюстрацій для мерчу

Провести конкурс на створення ілюстрації, яка буде символізувати повагу та шану до військових та ветеранів, виглядати стильно та сучасно. Переможець/переможці розроблять серію ілюстрацій для мерчу, який буде потім розповсюджуватися серед інфлюєнсерів та продаватися на сайті проєкту, офлайн-заходах.

Меседжі акцій відповідно до кожного завдання.

- 1) Не бійся почати розмову, не відводь очей – для них це важливо.

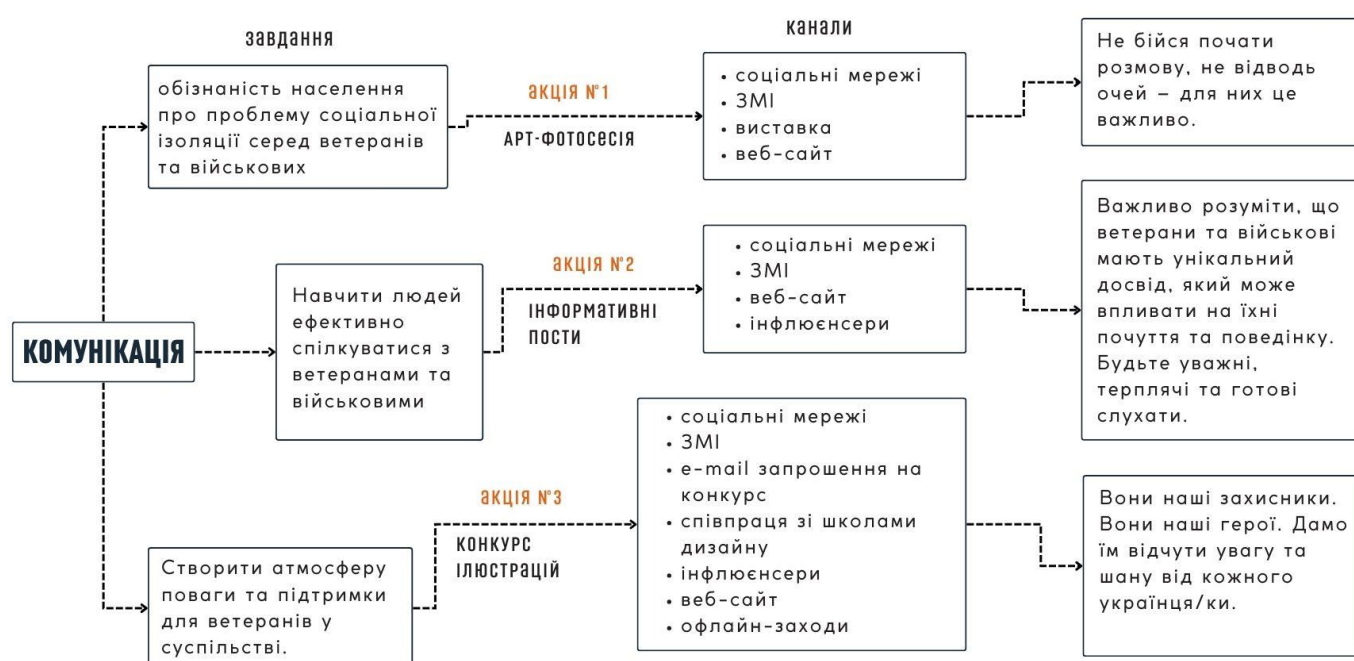
2) Важливо розуміти, що ветерани та військові мають унікальний досвід, який може впливати на їхні почуття та поведінку. Будьте уважні, терплячі та готові слухати.

3) Вони наші захисники. Вони наші герої. Дамо їм відчуття увагу та шану від кожного українця/ки.

Канали комунікації:

- Соціальні мережі (Facebook, Instagram, Twitter, Telegram)
- Веб-сайт проекту
- Співпраця з ЗМІ: організація прес-конференцій та брифінгів; Розповсюдження прес-релізів.
- Інфлюєнсери та лідери думок
- Офлайн заходи (лекції, тренінги, виставки)

Схема стратегії комунікації наведена нижче на рис. 3.1:



MFS84GT

Фірмовий стиль. Назва. В якості назви проєкту, як один з можливих варіантів, ми пропонуємо «Мій ангел». Концепція цієї назви будується на

представленні військових та ветеранів як ангелів-охоронців України, які кожен день боронять її від ворогів. Тож, кожен українець може сказати: мій ангел-охоронець – військовий ЗСУ.

Логотип. Ми пропонуємо можливий прототип логотипу – меч, обабіч якого розкриті крила. В композиції елементів також проглядається окреслення гербу України – тризубця. В цьому логотипі меч символізує войовничість, силу та незламність; крила – символізують ангела-охоронця, воїнів та ветеранів України; тризуб – символ Української держави та національної ідеї (див. додаток Б). Логотип стилізований під мінімалізм, щоб відповідати загальній меті та настрою проєкту (див. додаток В). Приблизний вигляд логотипу на друкованих матеріалах та інших брендovаних речах представлений у додатку Г.

Кольори та шрифти. Для фірмового стилю проєкту як акцентний колір був обраний помаранчевий, бо він транслює енергію та позитив, а на противагу йому – відтінки синього для підтримки серйозності тем, про які говоримо. Допоміжні кольори – два відтінки жовтого, темно-синій (замість чорного), та блакитний. Вони будуть використовуватися для фонів, текстів та графічних елементів. Також підібрана пара шрифтів – для заголовків та звичайного тексту. Вони легко читаються та виглядають сучасно, мінімалістично.

Рис.3.1 Схema стратегії комунікації

Шрифти та кольори представлені у додатку Г.

Висновки до розділу 3

Отже, в цьому розділі ми проаналізували проєкти та інформаційні кампанії для підтримки адаптації ветеранів та військових, які вже реалізувалися в Україні. Були проаналізовані два проєкти від Українського ветеранського фонду – “АртФронт” та “#ПозивнийУкраїна”, та дві інформаційні кампанії – “Я – ветеран” та “Шлях ветерана”. Також взяті до

уваги два подкасти «Воїни» та «Кохані» від організації “Veteran Hub” , які разом утворюють один проєкт, і від цієї ж організації розглянути два проєкти у рамках ініціативи «Сприяння побудові довготривалих близьких стосунків у сім’ях ветеранів та військових» – «Resex» та «Усвідомлене батьківство».

Ми побачили, що в Україні існує безліч цікавих ініціатив та проєктів, які реалізовувалися лише тільки за час повномасштабного вторгнення. Тож, можна з впевненістю сказати, що в нашій країні на всю працюють над обізнаністю населення та сприянням адаптації військових та їхніх сімей. Щоб зрозуміти ефективність всіх цих проєктів та виявити прогалини в комунікації, ми звернулися до свіжих досліджень щодо задоволеності потреб ветеранів та настроїв у суспільстві.

Ми проаналізували дані з досліджень та опитувань щодо адаптації військових до мирного життя. Зокрема дослідження «Потреби ветеранів», яке було проведено Українським ветеранським фондом з січня по квітень 2023, та дослідження 2024 року від компанії «Gradus» – «Вивчення потреб ветеранів на шляху повернення до цивільного життя». У результаті аналізу ми виявили два напрямки, у яких слід працювати через комунікативні технології. Перший – це інформування військових та ветеранів про процедури отримання пільг, про організації, які надають різноманітну підтримку при адаптації. Другий – обізнаність населення про те, як правильно спілкуватися та проявляти свої почуття до ветеранів.

З огляду на це, ми запропонували концепцію проєкту для вирішення першої проблеми – додаток для військових та ветеранів, та канали інформування цільової аудиторії про цей додаток. Для роботи у другому напрямку ми розробили концепцію проєкту «Мій ангел», стратегію комунікації для нього, ідеї акцій, фірмовий стиль та логотип.

Очікувані результати від реалізації проєкту «Мій ангел» наступні:

- 1) Збільшення обізнаності населення про проблеми ветеранів та військових. Та Покращення навичок спілкування з ветеранами та військовими у різних аудиторій.
- 2) Зменшення кількості негативних стереотипів та упереджень щодо ветеранів та військових.
- 3) Покращення адаптації ветеранів та військових до цивільного життя.
- 4) Зміцнення зв'язків між ветеранами, військовими та цивільним населенням.

ВИСНОВКИ

Війна в Україні спричинила значні наслідки для всіх сфер життя суспільства. Особливо гостро відчують на собі вплив бойових дій військовослужбовці, які ризикують життям та здоров'ям, захищаючи країну. Після повернення з зони бойових дій багато з них стикаються з труднощами адаптації до мирного життя, потребуючи психологічної та соціальної підтримки. В цій роботі ми досліджували особливості адаптації військових та можливості комунікативних технологій у цій сфері.

В ході роботи ми зробили комплексний огляд проблем, з якими стикаються військові після повернення зі служби. Серед них можна виділити психологічні (ПТСР, депресія, тривога, порушення сну тощо), фізичні (пов'язані з травмами, хронічними захворюваннями та інвалідністю в наслідок служби), а також соціальні. До останніх відносяться проблеми працевлаштування, складні стосунки у сім'ї, процес зміни системи цінностей та соціальних ролей. Дослідники адаптації військових, як вітчизняні, так і зарубіжні, більш за все приділяють увагу саме професійній адаптації, але є роботи націлені на інші соціальні фактори.

Роблячи аналіз цих робіт, ми виявили декілька таких факторів, які впливають на адаптацію військових. Це, зокрема, підтримка сім'ї та «значущих інших», відчуття гордості за службу в армії, підтримка зв'язків з іншими ветеранами, визнання та толерантне ставлення з боку суспільства до військового. Ми звернули увагу на те, що до повномасштабного вторгнення в Україні існувала проблема маргіналізації військових та ветеранів через поширення та поглиблення стереотипів, що в свою чергу призводило до обмеження соціальних контактів цих категорій осіб.

Комунікативні технології можуть відігравати важливу роль у підтримці адаптації військовослужбовців, пропонуючи їм доступ до інформації, ресурсів, спілкування, але найголовніше – формувати суспільну думку та руйнувати стереотипи щодо ветеранів та військових. У другому розділі ми

зробили огляд практик застосування комунікативних технологій у трьох країнах: США, Великій Британії та Данії.

До ключових напрямків використання комунікаційних технологій належать:

- Надання інформації про доступні ресурси та послуги для військових та ветеранів, такі як психологічна допомога, медичне обслуговування, програми працевлаштування, соціальні пільги.
- Підтримка зв'язку, створення онлайн-платформ та мобільних додатків, які дозволяють військовим та ветеранам спілкуватися зі спеціалістами.
- Використання соціальних мереж, веб-сайтів та інших онлайн-каналів для підвищення обізнаності близьких ветеранів та військових, а також суспільства загалом, про проблеми ветеранів, методи спілкування та підтримки.
- Сприяння побудові соціальних зв'язків між ветеранами та військовими для обміну досвідом та підтримки, укріплення стосунків між членами сім'ї.

У третьому розділі ми зібрали деякі практики, ресурси та інформаційні кампанії, які проводилися в Україні за останній час. Щоб оцінити ефективність цих практик ми провели вторинний аналіз даних двох досліджень щодо задоволеності потреб ветеранів та настроїв у суспільстві: «Потреби ветеранів», яке було проведено Українським ветеранським фондом з січня по квітень 2023, та дослідження 2024 року від компанії «Gradus» – «Вивчення потреб ветеранів на шляху повернення до цивільного життя». В результаті аналізу було виявлено, що стан обізнаності населення про проблеми ветеранів та військових за час повномасштабного вторгнення дещо покращився, але й кількість військових, які несуть службу зараз, збільшився.

Були виявлені два напрямки, у яких слід працювати через комунікативні технології. Перший – це інформування військових та ветеранів

про процедури отримання пільг та організації, які надають різноманітну підтримку при адаптації. Другий – обізнаність населення про те, як правильно спілкуватися та проявляти свої почуття до ветеранів. Тож, було розроблено дві концепції проєктів для роботи в цих напрямках.

Перший – це додаток для ветеранів та військовослужбовців. Ми описали функції додатку та канали комунікації для інформування про нього цільової аудиторії. Другий – це освітній проєкт «Мій ангел», який спрямований на підвищення обізнаності населення України про проблеми та потреби ветеранів, а також про практичні комунікативні навички для спілкування з військовими та ветеранами. Для нього ми склали завдання, пропозиції акцій для реалізації цих завдань, схему комунікативної стратегії, фірмовий стиль та логотип.

Як ми вже неодноразово згадували, як розмірковував Г. Спенсер, Ж. Піаже та не тільки вони, адаптація – це взаємний процес. Сьогодні доречно казати не лише про адаптацію військових до мирного життя в суспільстві, але й про адаптацію суспільства до військових. Тому ми сподіваємося, що наше й подальші дослідження в цій темі допоможуть створювати ефективні комунікативні технології, які будуватимуть правильне уявлення суспільства про військових, ветеранів та сприятимуть їхньому скорішому поверненню до мирного життя.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Mead G. H. Mind, self, and society. Chicago : University of Chicago Press, 1934. 401 p.
2. Habermas J. The theory of communicative action. Boston : Beacon Press, 1984. Vol. 1 : Reason and the rationalization of society. 562 p.
3. Luhmann N. Social systems. Stanford, Calif : Stanford University Press, 1995. 627 с..
4. Мар'їна О. Соціально-комунікаційні технології як засіб управління бібліотечно-інформаційною сферою діяльності. *Вісник Книжкової палати*. 2013. № 3. URL: <https://core.ac.uk/reader/290488350> (дата звернення: 18.03.2024).
5. Холод О. М. Соціальні комунікації: тенденції розвитку : навч. посіб. 2-ге вид. Київ : «Білий Тигр», 2018. 370 с. URL: <http://lib.pnu.edu.ua:8080/bitstream/123456789/4189/1/Холод%20О.М.%20Соц.%20ком.%20тенд.%20розвитку.PDF> (дата звернення: 19.03.2024).
6. Холод О. М. Комунікаційні технології : підруч. [для студ. вищ. навч. закл.]. Київ : Київ. міжнар. ун-т, 2012. 263 с.
7. Островська Н. В. Прикладні соціально-комунікаційні технології : навч. посіб. Запоріжжя, 2017. 108 с. URL: http://eir.zntu.edu.ua/bitstream/123456789/2746/1/Ostrovska_Applied_social.pdf (дата звернення: 19.03.2024).
8. Корнєєв В. М. Комунікаційні технології як засоби проектування соціальної дійсності. *Наукові записки Інституту журналістики*. 2014. Т. 56. С. 176–181. URL: http://irbis-nbuv.gov.ua/cgi-bin/irbis_nbuv/cgiirbis_64.exe?I21DBN=LINK&P21DBN=UJRN&Z21ID=&S21REF=10&S21CNR=20&S21STN=1&S21FMT=ASP_meta&C21COM=S&2_S21P03=FILA=&2_S21STR=Nzizh_2014_56_36 (дата звернення: 20.03.2024).

- Блажівський М. І. Поняття адаптації у сучасній науковій літературі. *Науковий вісник Львівського державного університету внутрішніх справ*. 2014. № 1. С. 233–242.
- URL: <https://dspace.lvduvs.edu.ua/bitstream/1234567890/1155/1/1-2014bmisnl.pdf> (дата звернення: 20.03.2024).
9. Піча В. Соціологія : підручник. Львів : "Магнолія 2006", 2009. 296 с.
10. Лукашевич М., Шандор Ф., Червона Л. Людина. Адаптація. Соціалізація (соціологічний контекст) : підручник. Ужгород : «АУТДОР-ШАРК», 2023. 208 с.
- URL: <https://dspace.uzhnu.edu.ua/jspui/bitstream/lib/56699/1/Людина%20Адаптація%20Соціалізація2023.pdf> (дата звернення: 20.03.2024).
11. Spencer H. Essays: scientific, political and speculative. London : Williams and Norgate, 1891. Т. 1. 389 с. URL: https://oll-resources.s3.us-east-2.amazonaws.com/oll3/store/titles/335/Spencer_0620-01_EBk_v6.0.pdf (дата звернення: 21.03.2024).
12. Parsons T. The system of modern societies. Englewood Cliffs, N.J : Prentice-Hall, 1971. 152 с.
13. Хутка С. Соціальна адаптованість особистості: концептуалізація поняття. *Соціологія: теорія, методи, маркетинг*. 2007. № 2. С. 164–175.
- URL: <https://dspace.nbuiv.gov.ua/bitstream/handle/123456789/90333/09-Khutkaja.pdf?sequence=1> (дата звернення: 21.03.2024).
14. Лукашевич М. П. Соціологія виховання : Короткий. курс лекцій. Київ : МАУП, 1996. 180 с.
15. Кравцов С. Теоретичне бачення соціальної адаптації: стан, погляди, підходи. *Український соціум*. 2008. Т. 3, № 26. С. 83–96. URL: <https://ukr-socium.org.ua/uk/archive/no-3-26-2008/teoretichne-bachennja-socialnoi-adaptacii-stan-pogljadi-pidhodi/> (дата звернення: 22.03.2024).

16. Тюття Л., Іванова І. Соціальна робота: Теорія і практика : навч. посіб. Київ : ВМУРОЛ «Україна», 2004. 408 с. URL: <http://surl.li/scinx> (дата звернення: 23.03.2024).
17. Сільвестрова О. Ю., Ситник О. І. Історія та теорія соціальної роботи : конспект лекцій. Луцьк : Луц. НТУ, 2019. 105 с. URL: https://elib.lntu.edu.ua/sites/default/files/elib_upload/ЕНП_ІТСП%202/page5.html (дата звернення: 22.03.2024).
18. Terziev V. Opportunities of application of a competence-based approach in social adaptation of militaries discharged of service. *SSRN electronic journal*. 2017. URL: <https://doi.org/10.2139/ssrn.3142919> (дата звернення: 22.05.2024).
19. Жиленко Р. В. Соціальна адаптація військовослужбовців в сучасній науковій літературі. *Науковий вісник Ужгородського університету. Серія "Педагогіка. Соціальна робота"*. 2019. Вип. 2 (45). С. 61–69. URL: <https://dspace.uzhnu.edu.ua/jspui/bitstream/lib/24862/1/Жиленко%20Руслан%20В'ячеславович.pdf> (дата звернення: 25.03.2024).
20. Features of service members' adaptation to civilian life: legal aspects / М. Inshyn та ін. *International journal of criminology and sociology*. 2020. Т. 9. С. 1252–1262. URL: <https://doi.org/10.6000/1929-4409.2020.09.144> (дата звернення: 22.05.2024).
21. Вдовченко Т. Соціальна та професійна адаптація звільнених військовослужбовців як об'єкт фінансового забезпечення. *Світ фінансів*. 2017. № 1. С. 166–180. URL: <http://sf.wunu.edu.ua/index.php/sf/article/view/991/999> (дата звернення: 27.03.2024).
22. Blackburn D. Transitioning from military to civilian life: examining the final step in a military career. *Canadian military journal*. 2016. Т. 16, № 4. С. 53–61. URL: https://www.researchgate.net/publication/309609538_Transitioning_fro

- [m_Military_to_Civilian_Life_Examining_the_Final_Step_in_a_Military_Career](#) (дата звернення: 24.03.2024).
23. Canadian forces leadership and recruit school. Basic military qualification (bmq) and basic military officer qualification (bmoq) joining instructions. 2023. 24 с. URL: https://www.canada.ca/content/dam/dnd-mdn/documents/military-benefits/QMB_QMBO_e.pdf (дата звернення: 29.03.2024).
24. Dupuis-Déri F. Les élections de Conseils d'élèves : méthode d'endoctrinement au libéralisme politique. *Revue des sciences de l'éducation*. 2007. Т. 32, № 3. С. 691–709. URL: <https://doi.org/10.7202/016282ar> (дата звернення: 22.05.2024).
25. St. Denis T. Future soldiers: “the few ...” military personnel trends in the developed world. *Canadian military journal*. 2015. Т. 15, № 4. С. 12–21. URL: <http://www.journal.forces.gc.ca/vol15/no4/PDF/CMJ154Ep12.pdf> (дата звернення: 31.03.2024).
26. Burkhart L., Hogan N. Being a female veteran: a grounded theory of coping with transitions. *Social work in mental health*. 2014. Т. 13, № 2. С. 108–127. URL: <https://doi.org/10.1080/15332985.2013.870102> (дата звернення: 22.05.2024).
27. Артеменко А., Батаєва К. Мілітарна ідентичність та соціальна адаптація ветеранів ато/оос : монографія. Харків : Вид-во НУА, 2022. 192 с. URL: https://www.researchgate.net/publication/357092040_MILITARNA_IDENTICNIST_TA_SOCIALNA_ADAPTACIA_VETERANIV_ATOOS (дата звернення: 03.04.2024).
28. Бриндіков Ю. Л. Теорія та практика реабілітації військовослужбовців-учасників бойових дій в системі соціальних служб. Тернопіль, 2019. 559 с.
29. Orlovskaya O. About the problem of family adaptation participants of battle action. *Young scientist*. 2020. Т. 7, № 83. URL: <https://doi.org/10.32839/2304-5809/2020-7-83-6> (дата звернення: 22.05.2024).

30. Фрідріх Ю., Люткефенд Т. Довга тінь Донбасу: Реінтеграція ветеранів та зміцнення суспільної єдності в Україні. Berlin : Global Public Policy Institute, 2021. 61 с.
URL: https://gppi.net/media/GPPi_2021_Friedrich_Luetkefend_Long-Shadow-of-Donbas_ukr.pdf (дата звернення: 06.04.2024).
31. «Повага і вдячність – правильне ставлення суспільства до військових», – військова психологиня у інтерв'ю Суспільному – СУСПІЛЬНЕ ЖИТОМИР. *Головна – СУСПІЛЬНЕ ЖИТОМИР*.
URL: <https://zt.suspilne.media/articles/27107> (дата звернення: 22.05.2024).
32. Двадцять сьоме загальнонаціональне опитування «Образ ветеранів в українському суспільстві» (2-5 березня 2024 року). *Соціологічна група «Рейтинг»*.
URL: https://ratinggroup.ua/research/ukraine/dvadcyat_some_zagalnonacionalne_opituvanny_obraz_veteraniv_v_ukrainskomu_suspilstvi2-5_bereznia_2024.html (дата звернення: 11.04.2024).
33. Cancelada G. Sizing up the ranks of america's veterans.
URL: <https://www.stlouisfed.org/open-vault/2023/november/sizing-up-ranks-america-veterans> (дата звернення: 22.05.2024).
34. Some top-rated nonprofit organizations for veterans. *Military.com*.
URL: <https://www.military.com/veteran-jobs/career-advice/military-transition/nonprofit-organization-for-veterans.html> (дата звернення: 22.05.2024).
35. About the Department – U.S. Department of Veterans Affairs. *U.S. Department of Veterans Affairs*. URL: <https://department.va.gov/about/> (date of access: 22.05.2024).
36. VA supporting nationwide 'Memorial May' marches honoring Veterans, service members. *VA News*. URL: <https://news.va.gov/press-room/va-nationwide-memorial-may-marches-honoring-veterans-service-members/> (дата звернення: 22.05.2024).

37. VA Podcast Network – VA News. *VA News*. URL: <https://news.va.gov/va-podcast-network/> (дата звернення: 22.05.2024).
38. VetResources – VA News. *VA News*. URL: <https://news.va.gov/vetresources/> (date of access: 22.05.2024).
39. Sarge experienced intense symptoms of PTSD ... *Facebook*. URL: <https://www.facebook.com/VeteransAffairs/videos/788275103255021/> (дата звернення: 22.05.2024).
40. 15 top-rated nonprofits in veterans from everywhere. *GREATNONPROFITS*. URL: <https://greatnonprofits.org/awards/browse/veterans/all-states/all-cities/all-campaigns-2024/page-1> (дата звернення: 22.04.2024).
41. Veteran Tickets Foundation. *Vet Tix – Tickets For Troops – Veteran Tickets Foundation*. URL: <https://www.vettix.org/> (дата звернення: 22.05.2024).
42. What is a hero's wish?. *Vet Tix – Tickets For Troops – Veteran Tickets Foundation*. URL: <https://www.vettix.org/visitor/heros-wish/about> (дата звернення: 22.05.2024).
43. Roskams M. UK armed forces veterans, England and Wales – Office for National Statistics. *Office for National Statistics*. URL: <https://www.ons.gov.uk/peoplepopulationandcommunity/armedforcescommunity/bulletins/ukarmedforcesveteransenglandandwales/census2021> (дата звернення: 22.05.2024).
44. About Veterans' Gateway. *Veterans' Gateway*. URL: <https://www.veteransgateway.org.uk/about/> (дата звернення: 22.05.2024).
45. Veterans' Gateway launches new app to support armed forces community. URL: <https://www.raf-ff.org.uk/veterans-gateway-launches-new-app-to-support-armed-forces-community/> (дата звернення: 25.04.2024).
46. Why Does Veterans' Foundation support RFEA?. *Veterans' Foundation*. URL: <https://www.veteransfoundation.org.uk/charities/education-employment-hub/rfea/> (дата звернення: 22.05.2024).

47. Our cause. *Forces Employment Charity*. URL: <https://www.forcesemployment.org.uk/about-us/our-cause/> (дата звернення: 22.05.2024).
48. Female veterans face more barriers to employment than male veterans – Forces in Mind Trust. *Forces in Mind Trust*. URL: <https://www.fim-trust.org/news-policy-item/female-veterans-face-more-barriers-to-employment-than-male-veterans/> (дата звернення: 22.05.2024).
49. Danish veteran challenges and support structures: an overview to enable transnational analysis. *Journal of Veterans Studies*. URL: <https://journal-veterans-studies.org/articles/10.21061/jvs.v10i2.466> (дата звернення: 22.05.2024).
50. Veterans in Denmark. *Danish Ministry of Defence*. URL: <https://www.fmn.dk/en/topics/veteraner/veterans-in-denmark/> (дата звернення: 22.05.2024).
51. Skal du så i krig?. *Veterancentret*. URL: <https://www.veterancentret.dk/da/viden/skal-du-sa-i-krig/> (дата звернення: 22.05.2024).
52. PREP 06-09-2024. *Veterancentret*. URL: <https://www.veterancentret.dk/da/arrangementer/2024/prep-2024sept/> (дата звернення: 22.05.2024).
53. Om DIF Soldaterprojekt | DIF. *Danmarks Idrætsforbund*. URL: <https://www.dif.dk/samfundsansvar/dif-soldaterprojekt/om-projektet> (дата звернення: 22.05.2024).
54. Хто реалізує ветеранську політику в Україні та про що вона?. *MILITARNYI*. URL: <https://mil.in.ua/uk/blogs/hto-realizuye-veteransku-polityku-v-ukrayini-ta-pro-shho-vona/> (дата звернення: 22.05.2024).
55. Український ветеранський фонд. *Ветеранський фонд (Поруч з ветераном)*. URL: <https://veteranfund.com.ua/about/> (дата звернення: 22.05.2024).

56. “Я – ветеран”: Український ветеранський фонд запустив інформаційну кампанію. *Ветеранський фонд (Поруч з ветераном)*. URL: <https://veteranfund.com.ua/2022/08/16/16-08-2022/> (дата звернення: 22.05.2024).
57. Oleg Skrypka. Олег Скрипка ft. Олег Бондар – Воля [Official Video], 2022. *YouTube*. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=WEiRU9CdEBc> (дата звернення: 22.05.2024).
58. #ПозивнийУкраїна. *Ветеранський фонд (Поруч з ветераном)*. URL: <https://veteranfund.com.ua/projects/callsignukraine/> (дата звернення: 22.05.2024).
59. Шлях ветерана. *Ветеранський фонд (Поруч з ветераном)*. URL: <https://veteranfund.com.ua/projects/shliakh-veterana/> (дата звернення: 22.05.2024).
60. Veteran Hub. *Veteran Hub*. URL: <https://veteranhub.com.ua/> (дата звернення: 22.05.2024).
61. «Воїни» та «Кохані». *Veteran Hub*. URL: <https://veteranhub.com.ua/projects/podcast> (дата звернення: 22.05.2024).
62. Blog Page. *Resex*. URL: <https://resex.veteranhub.com.ua/blog-page> (дата звернення: 22.05.2024).
63. Усвідомлене батьківство під час війни. *Veteran Hub*. URL: <https://parents.veteranhub.com.ua/> (дата звернення: 22.05.2024).
64. Потреби ветеранів 2023. *Ветеранський фонд (Поруч з ветераном)*. URL: <https://veteranfund.com.ua/analitics/needs-of-veterans-2023/> (дата звернення: 22.05.2024).
65. Вивчення потреб ветеранів на шляху повернення до цивільного життя. *Gradus*. URL: <https://gradus.app/ru/open-reports/exploring-needs->

- [veterans-their-way-back-civilian-life-focus-future/](#) (дата звернення: 22.05.2024).
66. Буняк В. Запустили додаток для психологічної підтримки ветеранів «База». *ms.detector.media*.
URL: <https://ms.detector.media/trendi/post/32210/2023-06-18-zapustily-dodatok-dlya-psykhologichnoi-pidtrymky-veteraniv-baza/> (дата звернення: 22.05.2024).
67. Платформа е-Ветеран. *е-Ветеран*. URL: <https://eveteran.gov.ua/> (дата звернення: 22.05.2024).
68. Про проєкт. *Як ти, брате?*. URL: <https://yakty.com.ua/> (дата звернення: 22.05.2024).
69. Завдяки тобі. *#ЗАВДЯКИТОБІ*. URL: <https://zt.org.ua/> (дата звернення: 22.05.2024).

Додаток А

Мудборди для арт-фотосесії

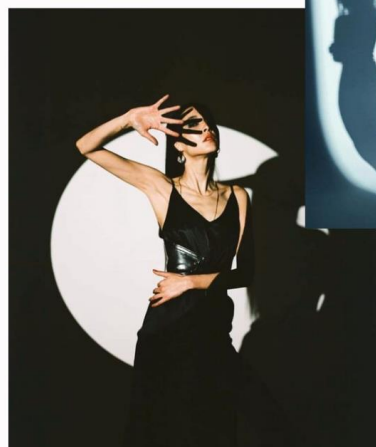
АКЦІЯ №1

АРТ-ФОТОСЕСІЯ НА ТЕМУ СОЦІАЛЬНОЇ ІЗОЛЯЦІЇ. МУДБОРД 1.



АКЦІЯ №1

АРТ-ФОТОСЕСІЯ НА ТЕМУ СОЦІАЛЬНОЇ ІЗОЛЯЦІЇ. МУДБОРД 2.



Додаток Б

Концепція логотипу

ІДЕЯ ЛОГО



тризуб

символ Української держави та національної ідеї



крила

символізують ангела-охоронця, воїнів та ветеранів України



меч

символізує войовничість, силу та незламність

Додаток В

Стилізований логотип проекту та фірмові графічні елементи

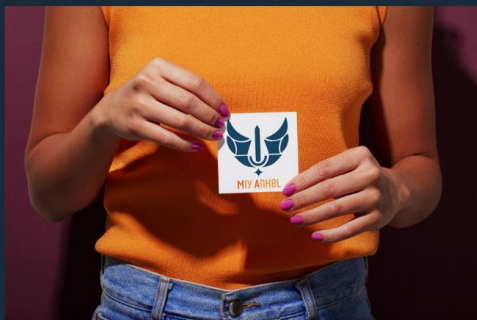


ГРАФІЧНІ ЕЛЕМЕНТИ



Додаток Г

Представлення логотипу на друкованій продукції та брендованих речах



Додаток Г

Шрифти та кольори проєкту

ЕЛЕМЕНТИ ФІРМОВОГО СТИЛЮ

КОЛЬОРИ

MIY APHEL

#FFFFFF

#192A3B

#6091C4

#FFC16F

Використовуються як основні
кольори текстів, фону, типових
елементів стилю

#F89C23

#E66214

Використовується як акцентний
колір, це можуть бути заголовки,
підкреслення, кнопки, ціна тощо

ЕЛЕМЕНТИ ФІРМОВОГО СТИЛЮ

ШРИФТИ

LAQONIC BOLD
LAQONIC REGULAR

ВИКОРИСТОВУЮТЬСЯ ДЛЯ
ЗАГОЛОВКІВ, ПІДЗАГОЛОВКІВ

Coco Gothic Bold
Coco Gothic Regular

Використовуються для довгих основних та
допоміжних текстів