

Голик С.С. (1995) *Основи маркетингових досліджень ринку*. Київ: КНТЕУ

Карпов В.А. (2003). *Маркетинг: прогнозування кон'юнктури ринку*. Київ: Знання

Кодекс законів про працю України № 322-VIII (2019). Відновлено з <https://zakon.rada.gov.ua2>.

Конституція України. №2680-VIII. (2019). Відновлено з <https://zakon.rada.gov.ua2>.

В. Остап'юк

Науковий керівник – старший викладач Г. З. Герасим

ЗАСТОСУВАННЯ МЕТОДІВ СОЦІАЛЬНОЇ РОБОТИ У ПЕРВИННІЙ ПРОФІЛАКТИЦІ ЗАЛЕЖНОСТІ ВІД ПСИХОАКТИВНИХ РЕЧОВИН

Станом на сьогодні питання вживання психоактивних речовин (далі – ПАР) набуває дедалі більшого поширення серед населення, що підтверджують статистичні дані наведені у «Національній статистиці щодо наркотичної ситуації в Україні станом на 2018 рік» основну частину тих (понад 60%), хто звернувся за лікуванням складає молодь [3]. За результатами дослідження 2019 року «Куріння, вживання алкоголю та наркотичних речовин серед підлітків, які навчаються: поширення й тенденції в Україні: за в рамках міжнародного проекту «Європейське опитування учнів щодо вживання алкоголю та інших наркотичних речовин – ESPAD» [2]. Переважна більшість (85,7%) опитаних підлітків має досвід вживання алкоголю, тобто впродовж свого життя пили алкогольні напої принаймні один раз. Майже половина (46,3%) респондентів мають «значний» досвід вживання алкоголю – пили алкогольні напої десять разів і більше. За останній рік вживали алкогольні напої три чверті (74,7%) опитаних підлітків, причому досить активно (від 10 разів і більше) вживали алкоголь 24,4% респондентів. За останні 30 днів принаймні один раз вживали алкоголь майже половина (46,5%) опитаних.

На жаль, профілактичні заходи проводяться тоді, коли вживання ПАР набуває систематичного характеру. Тому питання проведення первинних заходів є найбільш необхідним, адже це допомагає не тільки запобіганню, але і поширенню хвороби серед молоді.

Первинна профілактика становить собою методи, метою яких є здійснення позитивного впливу на умови, які сприяють покращенню

здоров'я та мінімізують негативний вплив навколишнього середовища [1]. Серед методів можна виокремити такі як інформаційні (проведення тренінгів, лекцій, семінарів, співпраця із засобами масової інформації), консультативні (індивідуальні бесіди) та інтерактивні (моделювання реальної ситуації, рольові ігри).

У результаті опрацювання та узагальнення джерельної бази нами було розглянуто та запропоновано модель надання суб'єктами профілактичних послуг (рис.1)

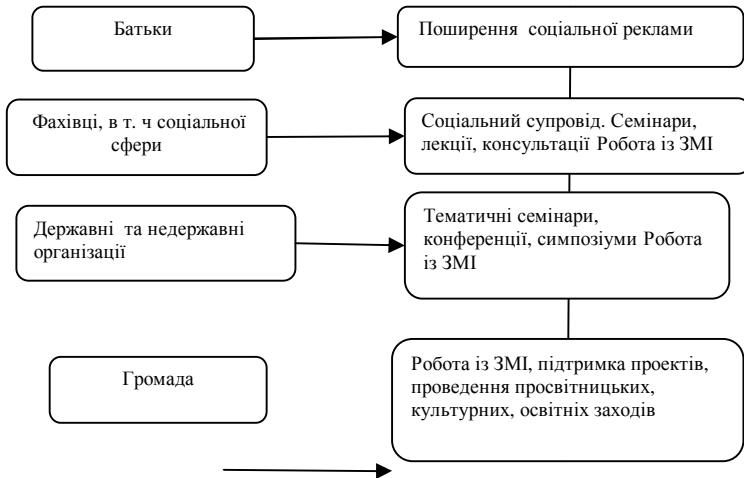


Рис. 1. Методи та форми надання суб'єктами профілактичних послуг (опрацювання власне)

Отже, первинна профілактика повинна проводитись не тільки для інформування та попередження вживання підлітками психоактивних речовин, але і сприяти формуванню та розвитку молоді шляхом використання сучасних профілактичних методів.

Література

1. Головатий М. Ф. Соціальна політика і соціальна робота : термінологічно-понятійний словник / М. Ф. Головатий, М. Б. Панасюк. – К. : МАУП, 2005. – 560 с.

2. Європейське опитування учнів щодо вживання алкоголю та наркотиків – ESPAD.-2019. Режим доступу до ресурсу: <http://www.uisr.org.ua/img/upload/files/ESPAD-ForWEB.pdf>

3. Національний звіт щодо наркотичної ситуації в Україні за 2018 рік [Електронний ресурс] // Державна установа "Центр психічного здоров'я та моніторингу алкоголю та наркотиків Міністерства Охорони Здоров'я України. – 2018. – Режим доступу до ресурсу: <http://blog.ummcda.org.ua>

А. Хохлова

Науковий керівник – д.політ.н., проф. Л. Д. Климанська

СОЦІОЛОГІЯ І МОДА

Глобалізаційні процеси породжують зміни не лише у поведінці людей, їх звичках, щоденних практиках, мові, а також і у зовнішньому вигляді. Такі зміни знайшли своє відображення у моді, оскільки вона є їхнім результатом, прямою репрезентацією. Водночас мода є і засобом змін.

Активні дослідження в сфері моди як соціокультурного феномену почалися приблизно наприкінці XIX – на початку XX ст., що дає підстави вважати, що мода як досліджуване явище є відносно новим предметом у соціології. Проте за цей час були проведені ґрунтовні дослідження, які описували моду за допомогою таких феноменів та явищ, як навіювання, наслідування та демонстраційне споживання. Предмет соціології моди зосереджувався на наслідках споживання моди, інтеграції в групі, зміни тенденцій, циклічності та соціальної диференціації, що зумовлювала мода. [1]

У суспільстві мода існує з давніх часів для позначення класової приналежності, демонстрації статусу, вона слугувала засобом професійної диференціації, а також мала символічне значення «сучасності» для користувачів моди. Проте таке трактування моди не стало остаточним. Цим питанням займалися такі сучасні соціологи, як Ж. Бодрійяр, О. Гофман, Б. Поршнев та інші.

Ж. Бодрійяр розкриває значення моди у суспільному житті через поняття масової поведінки та надмірного споживання. Мода розглядається соціологом в контексті уніфікаційних процесів, що породжується наслідуванням визначених "ідеалів" зовнішнього вигляду. Таким чином мода функціонує у суспільстві лише як "знак щастя", що за своєю суттю не створює його, а лише дає спотворене уявлення про підвищення соціального статусу та позначає свою важливість у суспільстві. Мода створює масу людей, які є однаковими в своїй унікальності, а одяг перестає нести в собі знаки характеристики людини. [2]