

і агресію. Створена нами психокорекційна програма довела свою ефективність під час повторного психодіагностичного дослідження із досліджуваною групою.

Список використаних джерел:

1. Дудник О. К. Функціональна організація психофізіологічних станів організму людини в умовах напруженої м'язової діяльності : монографія. О. К. Дудник. Біла Церква, 2010. С. 129.

2. Знанецька О. М. Психологічні особливості розвитку синдрому емоційного вигорання у медичних працівників. О. М. Знанецька. *Вісник Дніпропетровського університету. Серія «Педагогіка і психологія»*. 2013. № 19. С. 80–88.

3. Штих І. І. Психічні стани в структурі особистості / під ред. Щербан Т. Д. Київ, 2015. С. 293.

DOI <https://doi.org/10.36059/978-966-397-311-1-62>

Справцева К. С.,

*магістр психології, аспірантка 2 року навчання
кафедри психології особистості та соціальних практик*

Інституту людини

Київського університету імені Бориса Грінченка

ВІЗУАЛЬНИЙ КОНТЕНТ ОСОБИСТОСТІ У СОЦІАЛЬНИХ МЕРЕЖАХ ЯК ІНСТРУМЕНТ ДЛЯ ДОСЛІДЖЕННЯ ЄВРОІНТЕГРАЦІЙНИХ ПРОЦЕСІВ В УКРАЇНІ

Візуальний контент в соціальних мережах є одним з ключових елементів взаємодії користувачів у онлайн просторі. Однією з ключових властивостей візуального контенту при соціальній взаємодії у мережі інтернет, є його вплив на формування публічної думки, індивідуального та колективного стилю поведінки. За словами професора Марії Кармен Ервіті з Університету Навари (м. Памплуна. Іспанія) : «Візуальний контент може бути ефективним інструментом для підвищення уваги до соціальних проблем. Якщо використовувати візуальні зображення, що ілюструють наслідки зміни клімату або соціальної нерівності, це може допомогти привернути увагу громадськості до цих проблем та допомогти збільшити рівень усвідомлення їх масштабу та впливу, формуючи мотивацію до пошуку шляхів їх вирішення» [3].

Розуміючи загальну проблематику процесу інтеграції в суспільстві та специфіку взаємодії особистості з фото і відео контентом, можна припустити, що візуальний матеріал соціальних мереж є унікальним джерелом для дослідження євроінтеграційних процесів в Україні.

Важко сперечатися з твердженням, що соціальна взаємодія у мережі Інтернет займають значне місце у житті людини сучасності. Спираючись на статистичні данні дослідних груп з Meltwater та We Are Social за січень 2023 року, загальна кількість користувачів інтернету становить – близько 5,16 мільярда осіб (64,4% населення планети), серед них понад 4,76 мільярда людей користуються соціальними мережами на регулярній основі [7]. За даними комунікаційної агенції Plusone social impact станом на січень 2023 року, загальна унікальна аудиторія популярних соціальних мереж Facebook та Instagram на території України становить 19.6 мільйонів користувачів [6], що складає більше ніж 45% від загальної кількості населення країни.

Візуальний контент, що розміщується на сторінках соціальних мереж, може бути якісним інформаційним джерелом про інтереси, цінності та погляди особистості, що викладається в мережі. Крім того, аналіз візуального контенту може допомогти отримати не тільки загальну інформацію про місце проживання, соціальний статус, освіту та інші характеристики користувача, а й інформацію про громадянську позицію, ставлення до реформ, підтримку, або протистояння нововведенням у законодавстві.

Аналізуючи візуальний контент, можна кількісно та якісно відслідковувати реакції користувачів на євроінтеграційні процеси, та соціальні тенденції, що домінують та зароджуються в онлайн-спільноті. Це може включати фото та відео публікації, що демонструють особисту позицію користувача, щодо європейських цінностей, стандартів, подій, обговорення євроінтеграційних законів або процесів, пов'язаних з євроінтеграцією України. Крім того, аналіз візуального контенту, та відкритих реакцій на нього, у вигляді коментарів та дискусій під публікаціями може допомогти виявити опозиційні точки зору на євроінтеграційні процеси [2, с. 23].

Візуальний контент у соціальних мережах може бути корисним, технічно-зручним у використанні, та актуальним інструментом для дослідження євроінтеграційних процесів в Україні, що допомагає виявляти тенденції, реакції та різні точки зору серед онлайн-спільноти.

Однак, потрібно зважати на особливості його аналізу, оскільки візуальний контент може не завжди відображати реальну картину психологічного портрету особистості [5, с. 52] та її громадянську позицію. Переживаючи страх перед публічним засудженням та підтримуючи ідею конформізму, користувачі можуть намагатися

демонструвати соціально-схвалювану поведінку чи політичну позицію, що може не відображати реального ставлення особи. Крім того, опублікований візуальний контент буває результатом графічного редагування, що може ставити під питання його достовірність.

Для того, щоб фото та відео контент, опублікований у соціальних мережах, був корисним інструментом для дослідження євроінтеграційних процесів в Україні, необхідно здійснювати критичний підхід до його аналізу. Дослідники повинні звертати увагу на зв'язок візуального контенту з контекстом публікації та інформацією про реальні події того часу, а також характер сприймання та інтерпретації матеріалу аудиторією. Крім того, важливо враховувати обмеження, пов'язані з використанням візуального контенту для дослідження соціальних процесів, та використовувати його у поєднанні з іншими дослідницькими методами. Специфіка взаємодії дослідника з фото та відео контентом у соціальних мережах полягає у тому, що для первинного дослідження явища або теми, для того щоб отримати цінний об'єм даних, достатньо почати з методів природнього спостереження та контент-аналізу. Вибір цих методик для дослідження динаміки євроінтеграційних процесів дозволяє масштабувати вибірку та опрацювати першоджерельну інформацію, що поширюють користувачі на своїх сторінках у відкритому доступі. Також одним з найдієвіших способів використання візуального контенту з соціальних мереж для дослідження євроінтеграційних процесів в Україні, може бути збір та аналіз хештегів, які пов'язані з євроінтеграцією з суспільними подіями, акціями, протестами, дебатами тощо. Аналіз використання цих хештегів може дати інформацію про те, які теми є найбільш актуальними для громадськості, щодо політичних діячів, євроінтеграції, та які аспекти є найбільш актуальними чи дискутованими.

Оскільки євроінтеграційні процеси в Україні вимагають аналізу інтересів та поглядів громадськості, візуальний контент, що розміщують користувачі у соціальних мережах, може стати незалежною частиною інформаційної бази для соціальних досліджень. Оскільки матеріал, отриманий шляхом аналізу візуального контенту користувача соціальних мереж, дозволяє зрозуміти актуальну індивідуальну та колективну громадську позицію стосовно євроінтеграції, виявити теми та питання, що найбільш цікавлять громадськість, та дає можливість прогнозування наявних тенденцій у питаннях розвитку євроінтеграційних процесів в Україні.

Список використаних джерел:

1. Gaist, B. Individuation in the era of social media. *Fabrica Societatis*. 2023. Vol. 5(9), 154–163 p.
2. Баула О. В. Європейська та євроатлантична інтеграція : навч. посібник / за ред. О. М. Лютак. Херсон : Олді-плюс, 2016. 228 с.
3. León B., Negredo S., Erviti, M. C.: Social Engagement with climate change: principles for effective visual representation on social media. *Climate Policy*. 2022. Vol. 22(8). 1166–1185 p.
4. Mc Mahon Ciarán. *The Psychology of Social Media*. London : Routledge, 2019. 193 p.
5. Motion, J., Heath, R.L., Leitch S. *Social Media and Public Relations: Fake Friends and Powerful Publics* (1st ed.). Routledge. London, 2015. 234 p.
6. PlusOne Insights. Research. URL: <https://plusone.com.ua/research/> (дата останнього звернення: 10 квітня 2023 року).
7. We Are Social. *Digital 2023*. URL: <https://wearesocial.com/uk/blog/2023/01/digital-2023/> (Дата останнього звернення: 10 квітня 2023 року).

DOI <https://doi.org/10.36059/978-966-397-311-1-63>

Чорноус В. П.,

*кандидат педагогічних наук,
доцент кафедри суспільно-гуманітарних наук
КЗВО «Рівненська медична академія»*

ОСОБЛИВОСТІ ФОРМУВАННЯ ІНШОМОВНОЇ КОМУНІКАТИВНОЇ КОМПЕТЕНТНОСТІ СТУДЕНТІВ НА ЗАНЯТТЯХ З АНГЛІЙСЬКОЇ МОВИ

Іншомовна комунікативна компетентність як важлива складова комунікативної культури є невід’ємним компонентом підготовки майбутніх учителів іноземної мови. Сучасний зміст мовної освіти у закладі вищої освіти пов’язаний з новим поглядом на проблеми міжнародного спілкування, важливим засобом якого є іноземна мова. Особливий інтерес до проблеми розвитку комунікативних умінь спостерігається у галузі викладання іноземних мов, де головною метою є формування англійської комунікативної компетентності майбутніх спеціалістів.