

Для забезпечення творчого підходу до організації праці необхідно враховувати природні дані учня й розвивати їх під впливом оточення й правильно організованих навчання та праці.

Розвиток творчості у дітей забезпечується за умов, коли природні задатки й творчі можливості кожної дитини реалізуються максимально. **Найголовніші особливості дитячої творчості такі:**

1. Дитяча творчість має навчально-пізнавальний і виховний характер. Якщо с початку будуть висовуватися результативні, а не навчально-пізнавальні та виховні показники творчості, то тоді творча праця може втратити свої якості й буде підмінена звичайною, а це гальмує розвиток у дітей творчих здібностей.

2. Розвиток творчої праці в учнів потребує педагогічного втручання, щоб надати йому правильної цілеспрямованості й досягнення бажаного результату.

Висновки. Таким чином, при розвитку в учнів творчого ставлення до праці необхідно враховувати не лише склад психіки дитини як важливу умову правильного спрямування її творчої діяльності, а й створення відповідних умов, розробку способів та методів для успішної реалізації індивідуальних та колективних можливостей дітей у розвитку їх творчості.

Література

1. Цимбалюк І. М. Підвищення кваліфікації вчителя: Розвиток творчих здібностей молодших школярів / І. М. Цимбалюк, Ю. В. Пелех. - К.: ВД «Професіонал», 2004. - 222 с.
2. Проколієнко Л. М. Формування допитливості у дітей дошкільного віку / Л. М. Проколієнко. - К.: Радянська школа, 1979. - 88 с.
3. Демиденко В. К. Виховання інтересу в учнів до навчання / В. К. Демиденко - К.: Знання, 1988 - 33 с.
4. Гринюк Т.Ю. Методичні еказівки з техніки безпеки на уроках трудового навчання учнів початкових класів / Т. Ю. Гоинюк, Д. В. Гоинюк. - Рівне: РВЦ «Тетіс», 2006. - 36 с.
5. Суценко Т. І. Виховання пізнавальних інтересів у підлітків в позашкільній роботі / Т. І. Суценко. - К.: Радянська школа. 1980. - 98 с.
6. Барташнікова І. А. Розвиток уяви та творчих здібностей / І. А. Барташнікова, О. О. Барташніков. - Тернопіль: Богдан, 1998. - 39 с.

УДК 37.013.4

Л.О.ДАНИЛЬЧУК

доцент кафедри загальної педагогіки та психології
Кременецького обласного гуманітарно-педагогічного інституту
ім Тараса Шевченка, к.психол.н.

ВИХОВАННЯ СУЧАСНОЇ МОЛОДІ ДО ПРОТИДІЇ ТОРГІВЛІ ЛЮДЬМИ. ЕКСПЛІКАЦІЯ ПРОБЛЕМИ

Анотація. У статті розглядається торгівля людьми як одна з глобальних проблем людства. Визначено, що жертвами сучасних форм рабства стають молоді люди, які змушені шукати роботу за кордоном або в інших регіонах своєї країни, що впливає з економіко-політичних проблем України. Автором зазначено роль технологій паблік рілейшнз щодо оголошеної проблеми.

Ключові слова: торгівля людьми, інформаційно-комунікаційні технології, паблік рілейшнз.

Аннотация. В статье рассматривается торговля людьми как одна из глобальных проблем человечества. Определено, что жертвами современных форм рабства становятся молодые люди, которые вынуждены искать работу за границей или в других регионах своей страны, что вытекает из экономико-политических проблем Украины. Автором определено роль технологий паблик рілейшнз касательно оглашенной проблемы.

Ключевые слова: торговля людьми, информационно-коммуникационные технологии, паблік рилейшнз.

Annotation. In the article is discussed one of the most typical problems of the modern society - trading people. Is determined that the victims of the modern forms of slavery become millions of young people which are to look for a job abroad or in the other regions of the country because of the economical problems of Ukraine. The author has exposed the principal reasons, consequences and principles which are directed to avoid the mentioned issue.

Key words: trading people, communicative technology, public relations.

Зміна конфігурації економіко-політичних пріоритетів суспільства призводить до з'ясування проблематики виховання-освіти-навчання сучасної молоді, її морально-духовної, творчо-пізнавальної і смислотворчої реалізації. Відсутність чітких життєвих орієнтирів, девальвація душевно-духовної структури людини призводить до невизначеності шляхів самореалізації особистості. У пошуках заробітку, як засобу існування, молодь часто потрапляє у кризові життєві ситуації, наслідки яких несуть відбиток на усе подальше життя.

Сьогодні людство переживає гострі глобальні проблеми, як результат нерівномірності розвитку світової цивілізації, до яких учені небезпідставно включають також проблему торгівлі людьми. Обґрунтовуючи критерії виокремлення необхідно підкреслити, що ця **проблема**:

- зачіпає інтереси всього людства, самі основи людської цивілізації;
- її несвоєчасне розв'язання створює загрозу для майбутнього людства;
- виявляє себе як об'єктивний фактор розвитку суспільства у всіх регіонах світу;
- вимагає для свого розв'язання співробітництва у всесвітньому масштабі.

Проблема торгівлі людьми не залишає байдужих сучасних дослідників, а саме: Алексеева А., Звереву І., Ковальчук Л., Трубавіну І., Тюріну В., Шваб І. та інші, які глибоко вивчають дане питання та намагаються знайти шляхи подолання.

Торгівля людьми означає здійснювані з метою експлуатації вербування, перевезення, передачу, приховування або одержання людей шляхом загрози силою чи її застосування або інших форм примусу, викрадення, шахрайства, обману, зловживання владою або уразливістю положення, або шляхом підкупу, у вигляді платежів чи вигод, для одержання згоди особи, яка контролює іншу особу. Експлуатація включає, як мінімум, експлуатацію проституції інших осіб або інші форми сексуальної експлуатації, примусову працю або послуги, рабство або звичаї, подібні з рабством, підневільний стан або вилучення органів [2, с. 27].

Серед основних причин поширення торгівлі людьми в Україні експерти називають такі: важке економічне становище громадян та безробіття, недостатня поінформованість про можливості працевлаштування за кордоном, попит на дешеву робочу силу в країнах призначення, активна діяльність злочинних угруповань і недостатнє переслідування торговців людьми, насильство в родині [2, с. 18].

Україна є переважно країною походження чоловіків, жінок та дітей, які вивозяться за кордон із метою сексуальної експлуатації та примусової праці. Основними країнами призначення є Туреччина, Росія та Польща. Українців також вивозять до Чехії, Італії, Ізраїлю, Греції, Сербії та Чорногорії, Великобританії, Литви, Португалії. Також зростають масштаби торгівлі людьми всередині України.

Криза 2009 року призвела до масового безробіття, жертвами якого, насамперед, стали жінки та молоді спеціалісти. Жалюгідні зарплати та багатомісячні затримки з їх виплатою - все це призвело до того, що переважна частина населення опинилась за межею бідності. Насправді катастрофічним є становище дітей в сім'ях, де всі дорослі - безробітні, або де жінки взагалі самостійно виховують

дітей. Дуже часто жінки потерпають від гендерного насильства як на роботі, так і вдома (дискримінація при працевлаштуванні та на робочому місці, занижена в порівнянні з чоловіками заробітна платня, сексуальні домагання та домашнє насильство). Щоб уникнути цього сумного поєднання бідності та насильства, багато жінок, особливо молодих, бачать панацею від своїх проблем у працевлаштуванні за кордоном, не усвідомлюючи небезпеку та можливі трагічні наслідки своїх дій.

На думку експертів, на сьогодні кожен 10-ий громадянин України зіткнувся з випадками торгівлі людьми у своєму найближчому оточенні. За останні п'ять років наших співвітчизників продавали до 52-ох країн світу, серед яких лідерами є Туреччина, Росія, Польща. Близько 4 мільйонів українців працюють за кордоном, але тільки 2% трудових мігрантів працевлаштовуються легально [3; 5; 6].

Будучи результатом попереднього суспільного розвитку людства, торгівля людьми виступає як специфічний феномен планетарного масштабу, як наслідок соціально-економічного, політичного, демографічного розвитку різних країн.

На наш погляд, позитивними **умовами протидії** торгівлі людьми є:

- визнання пріоритету загальнолюдських цінностей відносно інших часткових інтересів окремих груп, соціальних прошарків і країн;
- усвідомлення того факту, що протидія торгівлі людьми вимагає для свого вирішення широкої коаліції всіх соціальних сил і суспільних рухів, зацікавлених у соціальному прогресі.

Не випадково з боку урядів багатьох країн та міжнародної громадськості спостерігається стійка тенденція до зростання занепокоєння проявами та наслідками торгівлі людьми, а також рішучість у боротьбі з ними. За таких умов, велике значення має повне й відповідальне інформування суспільства про проблему торгівлі людьми як один із найнебезпечніших злочинів проти особистості. У межах вирішення цього завдання виникає об'єктивна необхідність у використанні інформаційно-комунікаційних технологій, а саме, інноваційних для України піратехнологій - технологій зв'язків із громадськістю. Тобто особливої потреби набуває створення нової атмосфери відносин між державою і громадянами, у міжособистісних стосунках, між організаційними структурами і громадськістю з метою протидії торгівлі людьми.

Визначення ролі участі паблік рілейшнз у протидії торгівлі людьми засвідчують державні документи, що регулюють питання протидії торгівлі людьми в Україні та у світі загалом (Конвенція проти транснаціональної організованої злочинності та Протокол, що доповняє її "Про попередження і припинення торгівлі людьми, особливо жінками й дітьми, і покарання за неї"; Кримінальний Кодекс України: стаття 149 "Торгівля людьми або інша незаконна угода щодо передачі людини"; Державна програма протидії торгівлі людьми на 2006-2010 роки; Наказ Міністерства освіти і науки України від 19.03.09 №255 "Про організацію інформаційно-просвітницької роботи в закладах освіти у 2009-2010 роках щодо запобігання торгівлі людьми"); офіційні документи міжнародних організацій (ООН, ОБСЄ, Ради Європи, Європейського Союзу); результати досліджень щодо питань та механізмів протидії торгівлі людьми.

Поява паблік рілейшнз як сфери діяльності стала наслідком розвитку демократії, ринкових механізмів господарювання і запитів соціально - економічної і політичної практики в цілому, а також необхідністю урахування різних інтересів в економіці, політиці та їх причинно-наслідковим взаємозв'язком. І нарешті, формування об'єктивних умов суспільних відносин підготувало суспільство до сприйняття ПР. Дослідження сутності паблік рілейшнз потрапило в поле діяльності небагатьох українських спеціалістів, серед яких треба відзначити: В. Бебика, В. Королька, Г. Почепцова, В. Бургима, Є. Ромата, В. Моїсєєва, О. Яновського та інших. Спе-

ціалісти до цього часу не дійшли згоди щодо визначення терміну ПР. З урахуванням уявлень щодо ПР, які склалися у світовій практиці вчені наводять цілий ряд визначень, що викликають інтерес у контексті протидії торгівлі людьми.

Ряд публікацій визначають паблік рілейшнз через суспільні процеси як систему дій щодо створення, підтримки і трансформації соціального образу; сукупність цілеспрямованих інформаційних контактів із зовнішнім світом (тобто суспільством) у межах загальної суспільної концепції. Ми погоджуємося з поданим тлумаченням, проте, на наш погляд, воно потребує наукового уточнення поняття "паблік рілейшнз".

Паблік рілейшнз - від англійського public relations (зв'язки з громадськістю). Загальноприйняте скорочення - PR чи ПР, вимова - піар. Можливим є також написання пі-ар, хоча із впровадженням поняття в суспільну практику зливе написання витісняє розділене. Багато джерел, які вивчають паблік рілейшнз, сходяться у тому, що вперше вислів "Public Relations" використав третій президент США Томас Джефферсон (автор Декларації незалежності) у своєму "Сьомому звертанні до Конгресу" в 1807 році.

Існує декілька сотень визначення піару як специфічного виду суспільної діяльності. Паблік рілейшнз - суспільні зв'язки, організація громадської думки, удосконалення контактів з метою підвищення репутації закладу, фірми, партії тощо; мистецтво налагодження зв'язків між суспільними структурами і громадянами в інтересах всього суспільства. Паблік рілейшнз - це функція менеджменту, тобто управління покликана оцінювати ставлення публіки, ідентифікувати політику і дії приватної особи або організації стосовно громадських інтересів і виконувати програму діяльності, спрямовану на досягнення розуміння і сприйняття її масами. Заходи ПР мають на меті формування керованого образу, репутації, особистості, ідеології на основі довготривалої і цілеспрямованої роботи зі спільнотою, громадською думкою.

В.А. Моисеев визначає паблік рілейшнз як різновид соціально-психологічного менеджменту, в якому на основі точної, вичерпної інформації, отриманої у результаті аналізу тенденцій політичного, соціально-економічного, психологічного розвитку країни (регіону, галузей економіки, сфер діяльності, фірм (організацій) та ін.), дотримання етичних норм і громадських інтересів планомірно реалізують соціально-технологічні та інформаційні заходи зі встановлення усвідомлених, гармонійних і взаємовигідних зв'язків між суб'єктами соціальної діяльності, між ними і громадськістю (її групами), владою задля впливу на громадську думку та прийняття рішень у процесі соціального управління й оцінки суспільної реакції.

Аналізуючи, відзначимо, що протидія торгівлі людьми має безсумнівний вихід на ПР крізь призму громадської думки. Громадська думка як самостійна сила, що має здатність серйозно впливати на довгостроковий успіх планованих дій. Звідси зрозуміло, що заходи, щодо протидії торгівлі людьми повинні враховувати наступні характеристики громадської думки: спрямованість, інтенсивність, стабільність, інформаційну насиченість. Щоб глибше зрозуміти процес впливу на громадську думку, необхідно окреслити соціально-психологічний механізм її формування, який технологічно забезпечуються послідовністю дій: заявити про себе, привернути та втримати увагу, викликати стійкий інтерес, зняти напругу і недовіру, спонукати суспільство до бажаної дії. Ефективність зв'язків із громадськістю будується на чіткому визначенні цільової аудиторії, що становить частину спільноти людей, конкретний сегмент теперішніх та потенційних прихильників протидії торгівлі людьми з виділенням специфічних ознак (демографічних, соціальних, культурних, психографічних та ін.).

В основі успішного функціонування паблік рілейшнз лежить зворотній зв'язок. Завдяки йому стає можливим для основних учасників комунікативних взаємодій отримувати комплексні відомості щодо реакції цільової аудиторії на сигнали, які поступають, враховуючи сукупність всіх факторів загального фону соціальної обстановки. Соціальне середовище має здатність до постійних змін, що примушує паблік рілейшнз адаптуватись до оточення, виконуючи роль своєрідної «соціальної мімікрії», щоб досягти стану динамічної рівноваги з навколишнім середовищем. Однак, на нашу думку, зв'язки з громадськістю не просто пасивно реагують на оточення, але й здійснюють в міру своїх можливостей цілеспрямований вплив на формування громадської думки, висвітлюючи та стратегічно прогнозуючи перебіг подій у необхідному напрямку.

Оскільки паблік рілейшнз функціонують у сфері масової комунікації, то необхідно враховувати особливості психології масової свідомості. Вона реагує найбільш відчутно на емоційну ніж на раціональну інформацію і характеризується консервативністю, тобто в неї надто складно ввести нову інформацію. Основним структурним елементом моделі комунікації з масовою свідомістю є образ - символічний замінник, який представляє в концентрованій формі сутність людини, ідеї, послуги тощо. У світі, що перенасичений інформацією, соціальний образ є природним продуктом переробки великих інформаційних масивів. Також відзначається, що переклад комунікативних взаємодій на потреби аудиторії здійснюється за допомогою технології позиціонування, сутність якої становить процес створення та управління позитивним образом.

Важливу роль у поглибленні процесів глобалізації паблік рілейшнз грають міжнародні професійні організації піарменів - Міжнародна Асоціація Паблік Рілейшнз (IPRA), Міжнародна Асоціація Бізнес-комунікаторів (IABC), Міжнародна організація консультантів зі зв'язків з громадськістю (ICCO), Європейська Конфедерація Паблік Рілейшнз (CEPR) тощо. Як і всі інші міжнародні організації, вони виконують подвійні інформаційні функції: збирання, аналіз, систематизація, інтеграція, узагальнення та поширення інформації щодо предмета своєї діяльності та збирання, аналіз, систематизація, інтеграція, узагальнення та поширення інформації щодо самої організації та її діяльності (останнє і є власне ПР). Перший аспект - основний, заради нього створюються та існують окремі організації, проте і перший, і другий у випадку даних організацій має безпосередню відношення до паблік рілейшнз і носить глобальний характер, оскільки зорієнтований на світові громадськість, представлену, перш за все, ПР-фахівцями різних країн та регіонів світу.

Узагальнюючи сутність **паблік рілейшнз** визначимо їх як науку і мистецтво управління процесом комунікації між організацією та її цільовими групами громадськості з метою формування громадської думки в бажаному для організації напрямку за підтримки засобів масової комунікації. Зауважимо, що сучасна діяльність паблік рілейшнз переросла рамки маркетингу і оформилась у самостійну крупномасштабну функцію управління, яка сприяє всім інститутам суспільства - державним, громадським, політичним, господарським, благодійним, комерційним зрозуміти свою соціальну місію і відповідальність перед суспільством.

Сьогодні дослідники звертають увагу на актуальність застосування ПР-технологій практично у всіх сферах життя і діяльності суспільства, що сприяє виробленню високих наукових стандартів, освоєнню ефективних практичних методів та впровадженню моральних принципів здійснення комунікацій з громадськістю. На основі американського досвіду в сфері теорії та практики ПР як своєрідного банку даних, з якого можна вибирати той чи інший набір прийомів, засобів

та методів, що мають, перш за все загальнолюдське значення з урахуванням адекватності процесам системної трансформації сучасного українського суспільства. Тільки в суспільстві, де особистості гарантована повна система громадянських прав і свобод і людина сприймається як індивідуальність, на дії якої можна впливати тільки шляхом переконання, а не примусу, виникає об'єктивна історична потреба у створенні нової атмосфери відносин між державою і громадянами, в міжособистісних стосунках, між організаційними структурами і громадськістю, тобто виникає об'єктивна необхідність у розвитку інституту публіч релійшнз.

Засобами ПР-технологій є:

- вплив на громадську думку (створення і формування громадської думки в бажаному напрямку);
- суспільні відносини, тобто впровадження ПР-технологій в урядові структури для зв'язків з громадськістю по вертикалі і горизонталі;
- політичні відносини (створення партій, рухів та громадських об'єднань а також пропаганда політичних ідей у суспільстві);
- міжнародні відносини (створення іміджу держави, створення лідера держави і підтримання його позитивного іміджу);
- використання засобів масової інформації (функція ЗМІ полягає в розповсюдженні та забезпеченні інформаційної стратегії ПР-кампанії);
- фінансові та економічні відносини (створення, пропонування та розгортання діяльності підприємств, організацій і установ, а також реклама товарів і послуг на різних рівнях: національному, регіональному і міжнародному).

Для планування ПР-компанії застосовують достовірну і повну інформацію, яка використовується для аналізу, дослідження і постановки задачі, для розробки програми і фінансування, для комунікації із необхідними суб'єктами, а також для оцінки результатів і корегування дій.

Отже, проблема торгівлі людьми світовою спільнотою визнана як глобальна проблема людства. В Україні вона є надзвичайно актуальною та потребує розробки системи освітньо-виховних заходів, спрямованих на протидію цьому злочину.

Беручи до уваги вище зазначене, можемо пропонувати наступні кроки роботи з молоддю щодо протидії торгівлі людьми:

1. Введення у ВНЗ спецкурсів (обов'язкових тем для вивчення) по протидії торгівлі людьми.
2. Робота із загальноосвітніми закладами (творчі конкурси, проекти за зазначеною тематикою).
3. Створення соціальних програм та передач превентивного характеру.
4. Створення стабільного інформаційного простору - системна робота зі ЗМІ (діяльність на основі бекграундерів, медіа-кітів, соціальної реклами; домовленість з Інтернет-провайдером щодо співпраці (незалежна розсіпка для користувачів)).

Література

1. Алексеева А.В., Галустян Ю.М., Шваб І.А. та ін.. *Соціальний аналіз основних чинників торгівлі людьми: реальна ситуація та шляхи запобігання*. - Київ. - 2003.
2. *Висвітлення в засобах масової організації проблеми торгівлі людьми: Посібник для журналістів*. - Київ. - 2007. - 157 с.
3. Куц В.М., Левченко КБ., Соболев В. О. та ін. *Діяльність органів внутрішніх справ по боротьбі з торгівлею людьми: Навчально-методичний посібник* - Харків. - 2001. - 168 с.
4. *Нелегальна міграція та торгівля жінками у міжнародно-правовому контексті/За заг. ред. Ю.С. Шемшученка*. - Київ. - 2001. - 136 с.
5. *Торгівля людьми в Україні: оцінка заходів, спрямованих на протидію*. ЮНІСЕФ, ОБСЄ, АМР США, Британська Рада. - Київ. 2004. - 248 с.
6. <http://www.info& lastrada.org.ua>