

В. Кащєєва, Є. Фіноєнова, Д. Шуть

**ПОРТРЕТ СУЧАСНОГО ВІДВІДУВАЧА МУЗЕЮ ІСТОРИКО-КРАЄЗНАВЧОГО
ПРОФІЛЮ НА ОСНОВІ СОЦІОЛОГІЧНОГО ДОСЛІДЖЕННЯ СТУДЕНТІВ ХДАК
КАФЕДРИ МУЗЕЙНО-ТУРИСТИЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ**

V. Kashcheieva, Ye. Finogenova, D. Shut

**PORTRAIT OF A MODERN VISITOR OF A MUSEUM OF HISTORICAL
AND LOCAL HISTORY PROFILE BASED ON A SOCIOLOGICAL STUDY
OF STUDENTS OF THE DEPARTMENT OF MUSEUM AND TOURISM ACTIVITIES
OF KHARKIV STATE ACADEMY OF CULTURE**

В сучасних умовах музейна справа зазнає значних змін, і музей все більше перетворюється на соціокультурне явище, у якому важливу роль відіграє не тільки експонат, а й відвідувач. У зв'язку з цим, перед науковцями та музейними працівниками постає питання — як саме виглядає сучасний відвідувач музею. Для вирішення цього питання студенти 3 курсу музейного відділення ХДАК провели соціологічне дослідження у вигляді анкетування. Було проведено опитування відповідно до профілю таких виставок, як: «Ткацтво Бойківщини», «Гончарство в Опішне та Косові в кінці XIX–XX ст.» та експозиції музею «Магія Кіно: Від Голлівуду до Світу».

Перед тим як перейти до основного питання слід визначити навіщо проводити соціологічне дослідження. Треба зазначити, що музей — це соціокультурний простір, у якому відбувається комунікація відвідувача не тільки з працівниками музею та експонатами, а й один з одним. Така внутрішня комунікація необхідна, тому що характер потенційної музейної аудиторії може відрізнятися за наступними ознаками: вік, етнічна або гендерна належність, конфесія, освітній та науковий рівень. Таким чином, соціологічні дослідження надають змогу виявити потенційного відвідувача та скласти його портрет.

У сучасній соціології існує чимало методів збору соціологічної інформації: опитування, інтерв'ю, спостереження, експеримент, аналіз документів, експертна оцінка, тестування, фокус-групи, ведення бесіди тощо. Студентками був обраний метод опитування у вигляді анкети, так як анкетування є найпоширенішим методом опитування, а також більш знайомим і звичним для більшості людей. Анкетування дозволяє опитувати велику кількість людей і з легкістю відсіювати незацікавлених осіб.

Було обрано три експозиції історико-краєзнавчого профілю, до яких застосовано соціологічну методологію аналізу. Студентки підготували анкети з 15 питань, які мають закриті, напівзакриті та відкриті варіанти відповідей. Частина питань носить загальний характер, їх ціль виявити первинні відомості про відвідувача (стать, вік, рід діяльності). Друга частина анкети — це тематичні питання, пов'язані з темою експозиції.

Перша виставка «Ткацтво Бойківщини». Анкету було поширено серед 14 (100%) респондентів. **Стать:** 11 жінок (78,6%) та 3 чоловіків (21,4%). **Соціальна діяльність:** 5 працівників освіти, культури та охорони здоров'я (35,7%); 4 студентів вищого або середнього навчального закладу (28,6%); 2 працівників фінансової, економічної сфери (14,3%); 2 непрацюючих пенсіонерів (14,3%); 1 військовослужбовець, працівник правоохоронних органів та ін. (7,1%). З 14 опитаних людей 8 (100%) зацікавились запропонованою темою. Після опитування залишилось 6 жінок (75%)

віком від 18 до 55 років, та 2 чоловіків (25 %) віком від 45 до 70 років. Працівників освіти, культури, охорони здоров'я та ін. — 3 віком 35–50 (37,5%); студентів вищого або середнього навчального закладу — 1 віком 18–24 (12,5%); працівників фінансової, економічної сфери — 2 віком від 50 років (25%), непрацюючих пенсіонерів — 1 віком від 50 років (12,5%); військовослужбовець, працівник правоохоронних органів та ін. — 1 віком 35–50 (12,5%). Таким чином, можна зробити висновок, що зацікавлених темою виставки респондентів залишилось більше половини, в основному це жінки віком 35–55 рр., які працюють у галузі культури, освіти, охорони здоров'я, фінансів та економіки.

Другим об'єктом соціологічного аналізу стала експозиція музею «Магія Кіно: Від Голлівуду до Світу». Загалом в опитуванні взяло участь 16 респондентів (100%). **Стать:** 10 жінок (62,5%) і 6 чоловіків (37,5 %). **Соціальна діяльність:** 7 студентів (43,7%), 1 учень (6,2%), 2 військовослужбовця (12,5%), 1 непрацюючий пенсіонер (6,2 %), 2 непрацюючих (12,5%), 1 працівник економічної та фінансової сфери (6,2%), 1 працівник залізниці (6,2%), 1 працівник системи охорони здоров'я (6,2%). Після проведеного опитування, зацікавленість темою продемонструвало 9 людей (100%), серед яких — 6 жінок (66,6%) і 3 чоловіків (33,3%), 4 студента віком від 20 до 22 (44,4%), 1 військовослужбовець 36 років (11,1%), 1 пенсіонер 73 роки (11,1%), 1 непрацюючий 35 років (11,1%), 1 працівник економічної та фінансової сфери 47 років (11,1%), 1 працівник системи охорони здоров'я 50 років (11,1%). Отже, основною частиною потенційної аудиторії музею є жінки працездатного віку (від 20 до 50 років), але зацікавленість темою музею також продемонстрували пенсіонер віком 73 роки та студенти віком від 20 до 22 років.

Наступною темою для аналізу стало соціологічне опитуване, проведене на базі виставки «Гончарство в Опішні та Косові в кінці XIX–XX ст.». Загалом в опитуванні взяло участь 13 (100%) респондентів різної вікової категорії та роду діяльності. **Стать:** 8 жінок (61,5%) і 5 чоловіків (38,5%). **Соціальна діяльність:** 1 учень (7,7%), 6 студентів (46,1%), 2 військовослужбовців (15,4%), 2 непрацюючих пенсіонерів (15,4%), 1 працівник освіти та науки (7,7%) та 1 працівник економічної, фінансової сфери (7,7 %). Після опитування залишилось 8 людей (100 %), серед яких — 6 жінок (75%) та 2 чоловіків (25%). **Соціальна належність:** учні не зацікавились (0%), студентів — 4 (3 жінки, 1 чоловік) віком 18–25 (50%), військовослужбовці не зацікавились (0%), непрацюючих пенсіонерів — 2 (1 жінка, 1 чоловік) віком 60–80 років (25%), 1 (жінка) працівник освіти та науки 35–50 років (12,5%), 1 (жінка) працівник економічної, фінансової сфери, 24 роки (12,5%). Таким чином, більшість фокус-групи складають жінки віком від 18 до 25 років; окрім цього зацікавленість темою виявили: непрацюючі пенсіонери віком від 60 до 80 років і працівник освіти та науки.

Отже, для створення загальної картини відвідувача історико-краєзнавчого музею було проведено опитування 43 респондентів, серед яких — 29 (67,4%) жінок та 14 (32,6%) чоловіків різного віку та роду діяльності. Опитування привело до таких результатів: з 43 людей залишилось 25 (58%) з них: 18 жінок (72%) та 7 чоловіків (28%). Вікові групи складають 10 людей (40%) віком 18–25 (7 жінок (28%), 3 чоловіків (12%)), 9 (36%) — віком 35–50 (7 жінок (28%), 2 чоловіків (8%)), 6 (24%) — віком від 50 років (4 жінок (16%), 2 чоловіків (8%)). За родом діяльності: працівників освіти, культури, охорони здоров'я та ін. — 5 (жінки віком 35–50 років; 20%), студентів

вищого або середнього навчального закладу — 9 (6 жінок та 3 чоловіка віком 18–24 роки; 36%), працівників фінансової, економічної сфери — 4 (жінки віком 24–55 років; 16%), непрацюючих пенсіонерів — 4 (2 жінки, 2 чоловіка віком 60–80 років; 16%), військовослужбовець, працівник правоохоронних органів та ін. — 2 (чоловіки віком 35–50 років; 8%), непрацюючий — 1 (жінка віком 35–50 років; 4%). За цими даними, слід зазначити, що більшість з опитуваних та зацікавлених у темі майбутніх відвідувачів — це жінки віком від 18 до 50 років, які є студентами та робітниками нетехнічних сфер діяльності. Отже, можна скласти загальний портрет відвідувача історико-краєзнавчого музею, який буде використано у подальшій комунікаційній роботі.

СЕКЦІЯ:
ЗБЕРЕЖЕННЯ ТА ВІДНОВЛЕННЯ ПСИХІЧНОГО БЛАГОПОЛУЧЧЯ
ОСОБИСТОСТІ В СУЧАСНИХ УМОВАХ

К. Абакумова

**АДАПТАЦІЯ СТУДЕНТІВ ДО ВИКЛИКІВ ВІЙНИ:
ПСИХОЛОГІЧНІ ТА ОСВІТНІ АСПЕКТИ**

К. Abakumova

**ADAPTATION OF STUDENTS TO THE CHALLENGES OF WAR:
PSYCHOLOGICAL AND EDUCATIONAL ASPECTS**

Війна докорінно змінює життя кожної людини, і студенти — не виняток. Втрата звичного ритму життя, вимушене переселення, фінансові труднощі, емоційне виснаження та невизначеність майбутнього — усе це впливає на психічне здоров'я молоді та їхню здатність навчатися. В умовах війни адаптація студентів стає критично важливим питанням як на індивідуальному рівні, так і для всієї освітньої системи.

Перехід на дистанційне або змішане навчання став викликом як для студентів, так і для викладачів. Нестабільний інтернет, відсутність належних умов для навчання та зниження мотивації потребують нових підходів до освіти. Університети мають бути гнучкими, адаптувати навчальні програми, упроваджувати асинхронні форми навчання та підтримувати студентів через психологічні служби та стипендіальні програми.

Соціальна ізоляція, викликана війною, може спричинити відчуття самотності й емоційного вигорання. Велике значення має підтримка родини, друзів та академічної спільноти. Університети можуть допомагати студентам шляхом організації груп підтримки, проведення психологічних тренінгів та залучення студентів до волонтерської діяльності, що також сприяє відчуттю корисності та приналежності.

Розвиток психологічної стійкості (резильентності) допомагає студентам адаптуватися до складних умов. Практики саморегуляції, тайм-менеджменту, mindfulness (усвідомленості), фізична активність та контроль інформаційного потоку можуть значно покращити психоемоційний стан студентів. Важливо навчати молодь методами подолання стресу й кризових ситуацій.

Війна змушує освітню систему адаптуватися та шукати нові рішення для забезпечення доступу до якісної освіти. Інтеграція психологічного здоров'я в навчальні програми, розвиток онлайн-освіти, міжнародна співпраця та підтримка студентів, які постраждали від війни, — це основні напрями, що сприятимуть збереженню освітнього процесу та покращенню психічного стану студентів.