

1.4. КОМУНІКАТИВНИЙ ПРОСТІР: ПРОБЛЕМИ АДАПТАЦІЇ УКРАЇНСЬКИХ БІЖЕНЦІВ

Надія ЛИСИЦЯ, Юлія БЕЛКОВА

Комунікативний простір розглядається авторами як «соціально-психологічне середовище, в якому можливо формування адекватної комунікативної моделі спілкування» [1]. В межах такого трактування поняття «комунікативного простору», важливими є такі складові, як вплив, соціальні медіа, інформаційне поле. Складові комунікативного простору змінюються час від часу в залежності від змін макрофакторів, які забезпечують достатню або недостатню якість та ефективність комунікативного простору. До макрофакторів можна віднести політичні, економічні та соціальні події. Зараз Україна – це країна, яка особливо відчуває наслідки таких подій. Найбільш трагічною подією є війна, складне суспільно-політичне явище. Як наслідок, поява потоку біженців, які вимушені виїздити в інші країни з метою зберегти життя своє і життя близьких.

За даними ООН, станом на 17 серпня 2022 року кількість українців, що перетнула кордон, становить 6,6 млн людей, з них 3,8 млн біженців зареєстровані для отримання тимчасового захисту в аналогічних національних системах захисту в Європі. Найчастіше українці виїжджають в такі країни: Польщу, Румунію, Росію, Угорщину, Молдову, Словаччину, Білорусь. Серед всіх біженців, за даними ООН, 90 % складають жінки та діти, 23 % всіх родин біженців мають принаймні одну людину з особливими потребами, 82 % розділені з принаймні одним близьким членом родини [2].

Як допоміжний інструмент для біженців у кожній країні, у великих містах були створені telegram-канали та facebook-групи, як правило, силами волонтерів, активістів, часто мігрантів у минулому.

Разом з перетином кордону почався процес адаптації біженців, що актуалізує питання вивчення цього процесу, факторів впливу, допоміжних інструментів адаптації. Враховуючи рівень проникнення інтернету та соціальних медіа, а також гостру потребу в інформації та комунікації, необхідним є вивчення впливу соціальних медіа на процес адаптації українських біженців.

Під біженцями розуміємо вимушених переселенців за кордон під час війни 2022 року з метою тимчасового захисту. Відмінністю групи біженців порівняно з мігрантами є саме вимушений характер переміщення, незапланований переїзд, переживання соціальної травми, невизначеність, стрес, що часто супроводжується незнанням мови країни переміщення, її законів, особливостей, менталітету тощо.

Під адаптацією розуміємо вибірккову і часто свідому спробу змінити певні аспекти культурної практики відповідно до норм і цінностей приймаючого суспільства. «Соціальна адаптація – процес і результат активного пристосування індивіда або соціальної групи до вимог та очікувань учасників нової або зміненої соціальної системи. Суб'єктом соціальної адаптації може бути індивід чи соціальна група. Індивід, проходячи соціальну адаптацію, соціалізується, інкультурується, проходить трудову адаптацію; узгоджує самооцінки та зовнішні оцінки, власні бажання й очікування з реальними можливостями й умовами соціального середовища. Соціальна спільнота в ході соціальної адаптації гармонізує свої соціальні відносини, проходить процедури інституціоналізації.

Унаслідок соціальної адаптації індивід чи група набуває здатності помірковано орієнтуватися в ситуаціях, вдаватися до адекватних моделей поведінки, обирати ресурси для реалізації своїх потреб. Основні ознаки соціальної адаптації: активне, творче залучення індивіда до суспільних процесів, готовність до взаємодії; пристосування до міжособистісних стосунків, властивих середовищам, до яких він належить, екологічного та культурного оточення тощо» [3].

Згідно з Т. Парсонсом, адаптація відбувається завдяки механізмам засвоєння норм та цінностей, закладених у соціальному середовищі. Адаптація здійснюється за допомогою механізмів: пізнавального механізму; захисного механізму (використовується у випадках, коли між потребами виникає суперечність); механізму пристосування.

Слід відзначити наявність як кількісних, так і якісних досліджень соціальних медіа в контексті біженства. Так, якісне дослідження, проведене А. Аленкар, наголошує, що соціальні медіа грають наступну роль у інтеграційному процесі біженців: використовуються для набуття мовних і культурних навичок, а також для створення соціального капіталу, зв'язків [4].

Комплексне дослідження, проведене The Open University and France Médias Monde у 2015–2016 р. [5], представляє спробу оцінити, чи надання новин та інформації для біженців було адекватним їхнім потребам. Зазначається, що доступ до цифрових ресурсів відіграє вирішальну роль у плануванні й навігації щодо безпеки подорожі біженців, а також у їхньому захисті та наданні послуг після прибуття до Європи. Але незважаючи на їх корисність, дослідники наголошують, що цифрові ресурси є водночас і можливістю, і загрозою. В якості висновків відзначається необхідність єдиного застосування для країн Європи, що враховував би потреби окремих груп біженців на різних етапах: поради щодо подорожей/карти/візи, пошук людей, управління пожежертвами, доступ до електрики та Wi-Fi, доступ до медичної допомоги, проекти типу Airbnb для біженців, працевлаштування, освіта, безпека даних і стандарти, бороть-

ба з насильством щодо жінок, комунікаційні рішення, довгострокове вирішення проблем біженців.

Дж. Марловей відзначає ключову роль соціальних медіа відповідно до вимог супер різноманітності у диверсифікації відмінностей. У цій диверсифікації роль соціальних медіа привернута до того, як вони можуть впливати на результати інтеграції, розвиток соціального капіталу та підтримувати транснаціональні відносини [6]. «Супер різноманітність» — це термін, призначений для підкреслення рівня та виду складності, що перевершує все, що раніше було в конкретному суспільстві [7]. За останні двадцять років у всьому світі більше людей переїхало у інші місця; виникли абсолютно нові та дедалі складні соціальні утворення, що відзначаються динамічною взаємодією змінних, включаючи: країну походження (включаючи такі ознаки, як етнічна приналежність, мова(-и), релігійна традиція, регіональна та місцева ідентичності, культурні цінності та практики), канал міграції (часто пов'язаний з потоками, що мають високу гендерну приналежність, певними соціальними мережами та певними нішами на ринку праці), і правовим статусом (включно з безліччю категорій, що визначають ієрархію прав та обмежень). Ці змінні обумовлюють результати інтеграції разом із чинниками, що утворюють людський капітал мігрантів (зокрема рівень освіти), доступ до роботи (який може бути в руках іммігрантів, а може й ні), місцевість (пов'язана особливо з матеріальними умовами, а також з іншими іммігрантами) та присутність етнічних меншин і зазвичай стримані відносини з місцевою владою, постачальниками послуг і місцевими жителями (які часто функціонують на основі припущень, заснованих на попередньому досвіді взаємодії з мігрантами та етнічними меншинами) [7].

К. Шонвальдер й інші аналізують вплив соціально-демографічного та культурного різноманіття суспільств на соціальні взаємодії та ставлення окремих людей і груп у них. Зосереджуючись на Німеччині, де в деяких містах більше однієї третини населення становлять іммігранти в першому чи другому поколінні, досліджується, як це явище впливає на те, як міські мешканці взаємодіють, дружать, довіряють один одному чи конфліктують один з одним. У роботі представлені результати широкомасштабного емпіричного дослідження, яке поєднує 3-хвильове панельне опитування, якісну польову роботу, дослідження місцевості та аналіз офіційних даних та пропонуються репрезентативні висновки та глибоке розуміння того, як мешканці відчують різні контексти суспільства. Ці висновки є значним внеском у розуміння наслідків імміграції та різноманітності, а також умов і наслідків міжгрупової взаємодії [8].

Праця А. Понце розглядає інтеграцію мігрантів у гендерному контексті: за результатами емпіричного дослідження автор стверджує, що

гендер структурує ставлення до іммігрантів різних економічних і культурних профілів. Зазвичай жінки рідше виявляють антимигрантські ставлення, ніж чоловіки. Але у зв'язку зі зміною традиційних гендерних моделей жінки більш схильні мати цілеспрямовані антимусульманські настрої, створюючи гендерний антимусульманський ефект [9].

Дослідження ставлення турецької молоді до сирійських біженців підкреслює розмитість (і розмивання) кордонів між віртуальними та офлайн-спільнотами, які допомагають у створенні відносин і покращенні результатів інтеграції мігрантів, таких як отримання роботи та участь у навчанні. Як мережеві інструменти соціальні медіа допомагають людям підтримувати зв'язок зі своїми друзями та сім'ями вдома. Для багатьох ці платформи ефективно задовольняють емоційні потреби [10].

За допомогою кількісного та якісного контент-аналізу М. Екман досліджує контент соціальних медіа і традиційних ЗМІ, в результаті чого стверджує, що расистські актори успішно використовують багато можливостей, вбудованих у комунікацію в соціальних мережах і логіку протесту, втім вони також піддаються обмеженням, таким як відсутність громадської підтримки та негативне оформлення в медіа [11].

Ще одне дослідження було спрямовано на вивчення потенціалу солідарності зображень, що циркулюють у соціальних мережах. Результати дослідження показують, що хоча шокуючі образи та зображення можуть пробудити співчуття до постраждалих, вони не обов'язково перетворюються на рухи солідарності, а скоріше можуть вироджуватися в неефективні форми жалю [12].

Інший фокус має дослідження ролі соціальних мереж у сприянні та розбудові транскультурної комунікації та зв'язків для вимушених мігрантів у сучасних умовах переселення [13]. Зазначається, що для біженців інформаційно-комунікаційні технології і мобільні технології можуть допомогти з переїздом, надати засоби залишатися на зв'язку з сім'єю та друзями та дізнатися про нове культурне середовище. На основі результатів якісного дослідження, яке складалося з фокус-груп із сирійською молоддю-біженцями, як жінками, так і чоловіками віком від 16 до 25 років, вивчалось щоденне використання соціальних мереж у процесі переселення та інтеграції. Використовувались тематичний аналіз та концепція транскультурності для визначення ролі соціальних медіа як простору для транскультурного об'єднання, яке може допомогти в знайомстві з новою культурою та суспільством. На думку вчених, соціальні медіа слугували «зоною контакту», яка сприяє культурному обміну та навчанню, є механізмом для культурного та лінгвістичного «перекладу», а також «прикордонними зонами», які можуть допомогти подолати культурні відмінності та налагодити зв'язки, водночас обговорюючи почуття приналежності. Таким чином, у роботі значення

соціальних медіа полягає у сприянні діяльності біженців і представляє транскультурний «віртуальний» простір, що полегшує інтеграцію біженців [13].

У розглянутих дослідженнях відсутнє єдине розуміння «успішної інтеграції» біженців/мігрантів, а також критеріїв вимірювання ступеня інтеграції. Водночас дослідники зазначають, що для розуміння процесу інтеграції біженців/мігрантів необхідно вивчати як самих біженців/мігрантів, так і політики країн, роль різних установ та приймаюче суспільство. Крім того, оскільки фізична та віртуальна мобільність людей зростає (хоча й нерівномірно), інтеграція все більше розуміється як щось, що відбувається всередині та за межами національних кордонів [6], що актуалізує дослідження соціальних медіа у процесі інтеграції.

Незважаючи на існуючі численні дослідження впливу соціальних медіа на біженців та мігрантів, необхідним є вивчення особливостей інформаційного поля саме українських біженців, соціально-демографічний портрет яких відрізняється від попередніх хвиль біженців з Сирії, Афганістану, країн Африки, відповідно практики взаємодії з соціальними мережами теж можуть відрізнятися.

Соціологічна інтерпретація біженства та адаптації. Біженство можна розглядати як соціальну девіацію, аномію, оскільки, в термінах Р. Мертона, відбувається зміна цінностей та/або способів їх досягнення. Виділені Р. Мертоном стратегії: ритуалізм, інновація, ретритизм, конформізм можуть слугувати для опису поведінкових стратегій біженців. У випадку інноваційної стратегії цілі людей залишаються незмінними, наприклад, безпека, житло, робота, здоров'я, водночас у зв'язку з тим, що типові засоби досягнення цих цілей не працюють через переміщення, війну, то люди шукають та вибудовують нові шляхи. Прикладами такої інноваційної стратегії є відвідування мовних інтеграційних курсів, проживання у гостьовій родині тощо. Роль соціальних медіа у даній стратегії – функція фасилітатора – інформаційно супроводжувати, підтримувати на всіх етапах інноваційної діяльності.

Ритуалізм як стратегія передбачає прагнення уникнення небезпек і невдач у вигляді відмови від основних культурних цілей та прихильності будь-якому рутинному розпорядку, що обіцяє безпеку і створює передумови для перебудови цінностей, у випадку з біженцями – вижити за будь-яку ціну. Для ілюстрації цієї стратегії можна навести приклад погодження біженців на будь-яку роботу, проживання у таборі, дії, що могли бути неприйнятними за звичайними обставинами, самолікування згідно зі стереотипами, які вже відомі, і особистісним досвідом. Вплив соціальних медіа на якість і корисність інформаційного поля проявляється в якості каталізатора дій, очікувань, надії, тиску.

Ретритизм характеризується втечею від реальності, культурним шоком, ізоляцією від суспільства, повною відмовою від взаємодії з ним (у випадку з біженцями ізоляція може бути вимушеною, виключення відбувається через незнання мови, неможливість комунікації, травма-тизацію, відсутність здатності змінити стиль життя та стрес). Вплив соціальних медіа на поведінку біженців не відсутній, але слабкий, «негативний» – нагнітання ситуації, стрес, почуття провини через неможливість подолати дисонанс із зовнішнім середовищем.

Конформізм як стратегія може проявлятися, коли спостерігається двосторонній процес. Приймаюча країна демонструє лояльність до біженців в інформаційному полі, а саме, надає соціальну допомогу, пропонує безкоштовні мовні курси, консультації професіоналів, наприклад, юристів та інше. Все пропонується у соціальних медіа для біженців. Біженці з розумінням включаються у всі процеси, які необхідні для адаптації: активно починають вчити мову, з повагою відносяться до традицій, свят, моделей поведінки населення країни, що приймає біженців. Як результат конформізму, формуються три напрями: адаптація, асиміляція та добровільна зміна самоідентифікації.

Можна передбачити, що одна стратегія може змінюватися на іншу в залежності від умов та обставин життя біженців, а також в залежності від процесу сприйняття нового комунікативного простору.

Для розуміння та пояснення процесу адаптації біженців до нового суспільства пасує концепція З. Баумана щодо соціальних груп Ми / Вони, дихотомії Свій / Чужий. Принципи взаємодії між зазначеними групами допомагають описати ті зміни, трансформації, що відбуваються з біженцями. З. Бауман відзначає, що кожній групі властива охорона своїх меж, всі взаємодії груп «ми» та «вони» відбуваються на засадах еквівалентного обміну та дарування. До переміщення за кордон українці за критерієм національної ідентичності належали до групи «Ми», «Свої». Після переміщення за кордон українські біженці за критерієм національної ідентичності у тому суспільстві, що перебувають, переміщуються до групи «Вони», «Чужі». Актуальними у зв'язку з цим стають питання трансформації з групи «чужий» до групи «свій» або «інший», фактори та критерії цього переходу, питання скінченності / нескінченності процесу адаптації та критеріїв успішної адаптації, наслідки невдалої адаптації тощо.

Варіантом зняття конфлікту між групами Ми / Вони, Свій / Чужий є концепція культурного різноманіття як соціальної організації відмінностей. «Відмінностями» є расова та етнічна приналежність, релігія, стать, вік, клас і міграційний статус. У даному дослідженні фокусом є процес диверсифікації суспільства, що спричинений біженством, та пов'язані з цим ризики нерівності, дискримінації, соціального виключення.

Типами соціальної організації відмінностей є «інклюдія», «інтеграція», «сегрегація», «ексклюдія» (в термінах UN DESA) [14].

Інклюдія є варіантом найбільшого ступеня включення у різні сфери суспільства. Під інклюдією розуміють процес, за допомогою якого докладаються зусилля для забезпечення рівних можливостей для всіх, незалежно від їх походження з метою повної реалізації свого потенціалу життя. Це багатовимірний процес, спрямований на створення умов, які дозволяють повноцінно і активно кожному члену суспільства брати участь в усіх сферах життя, включаючи громадянську, соціальну, економічну та політичну діяльність, а також участь у процесах прийняття рішень [14]. Переважна більшість робіт та проектів в Україні, які фокусують свою увагу на інклюдії, зосереджуються на включенні людей з інвалідністю, хоча насправді інклюдивні процеси і сам процес інклюдії стосується всіх людей, і особливо є актуальним для виключених, вразливих груп (етнічні, релігійні, сексуальні меншини, ВПО, люди з інвалідністю, самотні батьки тощо).

В контексті біженства стратегія інклюдії біженців полягає у максимальному включенні біженців у сфери життя суспільства водночас при збереженні ними своєї культурної відмінності, не втрачаючи свого коріння – мови, традицій, що урізноманітнюють суспільство та сприяють соціальним процесам та відносинам. У цьому полягає відмінність інклюдії від асиміляції, коли індивід включається у суспільство, але при цьому втрачає свою культурну автентичність.

Інтеграція характеризується меншим ступенем включення у різні сфери суспільства. Соціальна інтеграція розуміється як динамічний і принциповий процес просування цінностей, відносин та інститутів, які дозволяють усім людям брати участь у соціальному, економічному, культурному і політичному житті на засадах рівності прав, справедливості та гідності [14].

Згідно з дослідженням інтеграції, проведеним Університетом Оксфорда [15], інтеграція є двостороннім процесом: вона вимагає адаптації з боку новоприбулого, а також з боку приймаючого суспільства. У процесі дослідження інтеграції мігрантів та біженців беруться до уваги індикатори у сферах зайнятості, освіти, житла та охорони здоров'я.

Інклюдія є корисною концепцією для формування політики приймаючої біженців держави, оскільки допомагає розподілити відповідальність за різні типи включення між конкретними державними органами чи установами, а також відпрацювати систему індикаторів успішності реалізації цих політик. Крім того концепція різноманіття базуються на принципі партисипації – участі певної групи та вплив на прийняття рішень. Основне гасло партисипації «нічого для людей без людей»: тобто рішення, що приймаються стосовно певної групи, мають бути випрацю-

вані за участю цієї групи. Партисипативними механізмами, що працювали/працюють під час 2022 року, була взаємодія з українськими дипломатичними установами на території приймаючої держави, релігійними та культурними спільнотами українців, волонтерськими групами з числа минулих мігрантів, громадських міжнародних організацій та їх українських офісів.

Відмінністю інтеграції від інклюзії є характер соціальних зв'язків між групами Ми / Вони: коло спілкування біженців/мігрантів переважно обмежено цією групою, відсутні глибокі, емоційні зв'язки з іншими групами. Тобто приймаюче суспільство забезпечує базові потреби, сприяє інтеграції біженців, в цей час як потреби більш складного рівня, такі як соціальні, поваги, самовираження, не є закритими.

Поточні сфери втручання урядової політики, пов'язані з інтеграцією іммігрантів та біженців, включають наступне: доступ до працевлаштування (зокрема через відповідний дозвіл та статус); доступ до житла, охорони здоров'я, освіти та пільг (також значною мірою визначається міграційним статусом); возз'єднання сім'ї; навчання мови; запобігання соціальної ексклюзії (включаючи заходи, спрямовані на допомогу з працевлаштуванням, зниження рівня злочинності, боротьбу з расизмом і покращення результатів у сфері освіти та охорони здоров'я); рівність (особливо щодо покарань за расову та етнічну дискримінацію); громадянська та культурна участь (щодо політики, яка цінує культурне розмаїття, наприклад, фінансування культурної діяльності та самопомоги); громадянство/національність (заохочення і полегшення шляху до повноправного громадянства); доступ до голосування та висування кандидатів; юридична гнучкість для пристосування до культурних/релігійних звичаїв (включаючи зміни до законодавства з метою пристосування до певних практик) [16].

Успішність політик інтеграції біженців впливає на створення умов для соціальної інклюзії біженців. Дослідження інклюзії спрямовані на вивчення доступності різних сфер суспільства, а також участі біженців у цих сферах (чи використовують вони представлені можливості, які фактори сприяють/перешкоджають участі). Наприклад, Німеччина гарантує кожній дитині, що перебуває на її території, право на освіту. Для дітей мігрантів та біженців на базі шкіл функціонують DaZ класи (це аббревіатура німецької як другої мови), призначені для тих, хто нещодавно приїхав до Німеччини, для кого мова не є рідною, ці класи називають інтеграційними, оскільки допомагають не тільки адаптуватися до мови, але й допомагають культурній адаптації.

Сегрегація характеризується ще меншим ступенем включеності біженців у культурні та соціальні практики. Сегрегація є різновидом дискримінації, що полягає у фактичному чи юридичному відокремлен-

ні в межах одного суспільства груп, які відрізняються за расовими, гендерними, соціальними, релігійними, мовними чи іншими ознаками, та в подальшому законодавчому обмеженні їхніх прав. Прикладом політики сегрегації є відокремлення групи афроамериканців у США через організацію роздільного навчання, транспорту, культурних закладів у минулому. У сучасних умовах переважна більшість держав декларують рівність та відсутність дискримінації у суспільстві. Водночас реальні практики можуть відрізнятися від декларованих. Так, українські біженці зіштовхнулися з небажанням місцевих мешканців здавати житло іноземцям/біженцям, наймати на роботу, упередження та обмеження доступу до освіти, медицини. Рівень розповсюдженості дискримінаційних практик залежить від конкретного суспільства, стереотипів, що існують відносно українців.

Ексклюзія є синонімом виключення певної групи з різних сфер суспільства. В рамках дослідження мігрантів і біженців у даному випадку постають питання ізоляції біженців, факторів, що сприяють ізоляції, виключенню. Соціальна ізоляція може бути наслідком множинної дискримінації – дискримінація, що відбувається більш ніж за однією ознакою. Тобто вразливі групи в умовах біженства стають ще більш вразливими, що ускладнює адаптацію, інтеграцію, включення. Наприклад, умови проживання дітей біженців у таборі не є прийнятними, оскільки їжа не враховує особливості потреб дитини, про подібний досвід неодноразово писали у соціальних групах біженців. Ті проблеми, з якими стикаються більшість біженців, можуть ставати непереборними для людей старшого віку, людей з інвалідністю. Наприклад, норми пошуку соціального житла (житла, що підходить під певні соціальні нормативи) та складність його знаходження стають практично недосяжними для людей, для яких важлива фізична доступність житла, яке підлаштовано під потреби людини з інвалідністю, або необхідною є ізольованість житла (наприклад, окремий простір необхідний для дитини/людини з розладом аутичного спектра). Добре, коли представники названих вразливих груп знаходили юридичну та фактичну підтримку через місцеві громадські організації, що працюють з вразливими групами, але зрозуміло, що необхідна більш людино-орієнтована та персоналізована інструкція з надання допомоги біженцям.

Ще одна соціологічна теорія, яка дає пояснення щодо процесу адаптації з боку біженців та стереотипів щодо біженців, це «представлення себе іншим» І. Гофмана. І. Гофман вводить у соціологічну науку поняття «стигми» – соціального клейма, що носить переважно негативний характер. Біженство є соціальною стигмою, оскільки одразу запускає серію негативних стереотипів щодо біженців, наприклад, «неосвічені», «низько кваліфіковані», «дикі» тощо. В основі стигми лежать негатив-

ні соціальні стереотипи та упередження. Стереотипи формуються під впливом попередньої взаємодії та досвіду, тобто стигма щодо біженців у ЄС, наприклад, сформована за рахунок попередніх хвиль біженців з Сирії, Афганістану, країн Африки.

Розрив фонових очікувань реалізується через «культурні парадокси» українських біженців: 1) висококваліфіковані, освічені біженці (за даними ООН [2], 77 % біженців мають вищу освіту); 2) багаті, з високим економічним та соціальним статусом біженці (наприклад, представники бізнесу, молоді з високим інтелектуальним потенціалом фахівці (ІТ спеціалісти), які не мають багато досвіду, але мають прагнення працювати і розвивати навички). Втім перелічені групи біженців не витримують конкуренції на ринку праці тому, що впливає стигма «чужий». Водночас нетиповий портрет біженців спричиняє додаткові бар'єри та створює хвилю соціального невдоволення приймаючого суспільства: стереотип «з жиру бісяться» через неготовність та небажання братися за будь-яку роботу, «підвищені» вимоги щодо житла, освіти і т. ін.

Це відбувається на фоні віктимізації біженців, тобто риторика «самі винні», що провокується активною пропагандою щодо «Україна сама спровокувала війну», необхідністю переговорів з РФ і т. ін., що схоже з риторикою, коли відповідальність агресора переноситься на постраждалого. Хвиля невдоволення та негативного ставлення до українських біженців буде збільшуватися разом з поглибленням фінансової, енергетичної, продовольчої криз.

Методи дослідження та результати. У процесі адаптації українських біженців важливий вплив мають соціальні медіа, які можуть слугувати інструментами реалізації державних політик, пропагандистською зброєю або стають «рятувальним колом» залежно від ситуації. Фокусом нашого дослідження стали Telegram-канали та Facebook-групи, що були створені силами волонтерів з метою допомоги українським біженцям в кожній країні, в багатьох обласних центрах, містах, селах. В якості методів дослідження було обрано контент-аналіз соціальних медіа, таких як Telegram-канали та Facebook, а також опитування біженців, які перебувають за кордоном у Німеччині. У червні-липні 2022 року було проаналізовано контент зазначених каналів та груп з метою вивчення їх функціональності. Об'єктом дослідження стали 20 Telegram-каналів та 10 Facebook-груп у Німеччині, Польщі, Швейцарії, Іспанії, Франції, Австрії (серед них: «Українці Німеччини», «Українці в Польщі», «Українці у Швейцарії», «Допомога Україна. Саксонія» і т. ін.). Проведений контент-аналіз тематичних розділів та постів дозволяє виділити функції соціальних медіа в адаптації українських біженців.

Функції, які виконували та виконують Telegram-канали та Facebook-групи: 1) інформаційна, що є відповіддю на дезорієнтацію біженців

у новій країні. Цінними були і є інструкції, послідовність дій після прибуття – як зареєструватися, куди йти, як заповнювати документи тощо. Інформаційна функція є основною у закріплених повідомленнях телеграм-каналів: надається послідовність дій щодо реєстрації, харчування, гуманітарної допомоги, невідкладної медичної допомоги, фінансової підтримки, житла, запису до дитячих садків та шкіл, мовних курсів для дорослих, пошуку роботи;

2) спілкування: як телеграм-канали, так і фейсбук-групи містять повідомлення щодо організації спілкування, реалізації комунікаційної функції, наприклад, дозвілля з дітьми, відкриті зустрічі. Поширеними як у фейсбук-групах, так і у телеграм-каналах були пости з пошуку біженців, що мешкають неподалік, для спілкування. Крім того, самі канали та групи теж є майданчиками для спілкування. Функція спілкування, на відміну від інформаційної, допомагає формувати моделі взаємодії, а саме стереотипи сприйняття людини з зовнішнього середовища та поведінку біженців, яка очікується в цьому середовищі;

3) соціальна підтримка, що дарує відчуття спорідненості, єднання, створює умови для емпатії (надання підтримки). У більшості великих місць на постійній основі були організовані заходи – акції, демонстрації stand with Ukraine тощо;

4) самоорганізація – організація допомоги військовим, освіти дітей, дошкільного нагляду, подорожей вихідного дня, організації дозвілля і т. ін.;

5) коннектора між тими, кому потрібна допомога, і тими, хто може її надати (більш характерна для фейсбук-груп, рідше зустрічалася у телеграм-каналах). До створених каналів та груп додавалися місцеві мешканці приймаючої країни та відгукувалися (чи самі пропонували) на запити у групах щодо пошуку житла, дитячих речей, меблів, перекладу, інших питань;

6) культурного включення у локальний контекст – пояснення культурних особливостей, особливостей законодавства, менталітету тощо;

7) вирішення конкретного персоніфікованого запиту людини чи конкретної проблеми – допомога з заповненням документів, необхідність перекладача, пошук спортивної секції для дітей чи пошук лікаря, запис на інтеграційні та мовні курси спілкування тощо.

Слід зазначити специфіку Telegram-каналів та Facebook-груп. Так, до особливостей Facebook-груп слід віднести присутність місцевих мешканців, відповідно більшість запитів на пошук житла, меблів зосереджені саме там. Telegram не є популярною платформою у ЄС, більш популярним месенджером є WhatsApp, можливо, цим можна пояснити практичну відсутність місцевих у телеграм-каналах, і відповідно через саму організацію платформи – можливість створювати закріплені по-

відомлення, формат чату – більш розповсюдженими є інформаційний контент, спілкування.

За результатами опитування українських біженців у Німеччині (Німеччина, липень 2022, n=423) було виділено проблеми, з якими стикнулися українські біженці. Дослідження проведено в рамках стипендіальної програми Інституту Макса Планка з вивчення релігійної та етнічної різноманітності (Геттінген, Німеччина). Серед опитаних 88,8 % становлять жінки, 11,2 % – чоловіки, 19 % – люди до 25 років, 65,7 % – від 26 до 45 років та 15,2 % – старші за 46 років, що в цілому відповідає соціально-демографічному портрету українських біженців. У групі до 25 років переважно більшість становлять студенти, втім за всіма питаннями анкети не було виявлено значущих статистичних відмінностей за ознакою віку респондентів, тому аналіз відбувався за масивом даних у цілому.

На відкрите запитання «Що особисто для вас було найскладнішим після переміщення за кордон?» було отримано наступні відповіді. Однією з найпоширеніших відповідей було незнання мови.

Поширеними є відповіді, що пов'язані з налагодженням побуту, повсякденними практиками, а саме: «бюрократія», «банки», «медицина», «житло», «гроші», «життя у таборі», «відсутність звичної мені рутини», «відсутність авто», «відірватися від матеріального (тільки рюкзак і кіт)».

Велика кількість респондентів найскладнішим називали різні варіанти емоційних станів: «тяжкість адаптації та інтеграції», «страх, сум за рідними, Україною (розлука з чоловіком, бути далеко від дому)», «невідомість, неможливість планування майбутнього», «переживання за тих, хто залишився», «відчуття провини, неможливість захистити країну», «синдром «врятованого», «страх за майбутнє», «відчуття незахищеності», «відчуття неприналежності, що ти чужий», «розгубленість», «вийти зі стану «врятованого», почати робити щось для себе».

Поширеними були відповіді, коли складною є взаємодія з місцевими мешканцями, приймаючим суспільством: «менталітет місцевих. Так і не звикла до нього. А взагалі просто життя у іншій країні з усім чужим і є найскладнішим», «вороже ставлення європейців», «стереотипи», «самотність».

Багато респондентів зазначають, що складно «зрозуміти, що кожен день гинуть люди», «жити з війною», «немає куди повертатися», «втрачати дім».

Ще одне відкрите запитання «Які проблеми є актуальними для Вас зараз?» має частину схожих відповідей з попереднім запитанням: «побутові», «невідоме і не дуже прогнозоване майбутнє», «незнання мови», «гроші», «брак спілкування з рідними», «пошук роботи», «оформлення документів», «складності адаптації», «самотність», «сум за домом», «війна», «житло», «порожня квартира», «страх за рідних та майбутнє»,

«відсутність розуміння, що буде далі», «бюрократія і незнання німецької», «фінансові», «психологічні», «соціалізація», «хочу додому», «невизначеність», «звикнути до іншого менталітету», «на війні гинуть люди».

Частина відповідей відрізняються. Це пов'язано з тим, що частина людей вже впорядкували побут, вирішили нагальні проблеми з документами, частина знайшли житло, роботу, і відповідно фокус змістився на інші потреби. Так, поширеними є відповіді «вибір школи та садочка для дитини», «гуртки для дітей». Для частини респондентів актуальні проблеми з лікуванням, що свідчить про проблеми зі здоров'ям. Частина респондентів відзначає «відсутність звичного оточення, друзів», «нестача спілкування», «можливість займатися хобі», «знайти сенс мого перебування за кордоном», «відсутність відчуття свободи», тобто мова йде про закриття потреб у спілкуванні, самореалізації.

Загострилася проблема неможливості возз'єднання родини: чоловік та дружина, батьки і діти, інші родичі, тривала розлука без найближчих перспектив побачитися створює умови для розлучень, розриву сімейних, родинних зв'язків.

Багато респондентів відзначають, що «складно починати життя заново», «відчуття, що знаходжуся не на своєму місці», важко прийняти свій новий не дуже високий статус біженця, «самореалізація, була керівником, тут ніхто». Кілька респондентів зазначили, що проблемою є не просто робота, а «відсутність роботи за фахом».

Частина респондентів акцентують увагу на проблемі «пошуку себе», «становленні себе», тобто пошуку свого нового місця, цілепокладання, адаптації та усвідомлення нового життя.

Дехто відповідає, що актуальною проблемою є «ворог Росія», «що РФ досі існує», «ЄС не допомагає зброєю», тобто фокус зміщується на виватця у війні, біженства.

Кілька респондентів відзначають «байдужість співгромадян» як актуальну проблему. Троє осіб зазначили, що не мають жодних проблем.

Слід відзначити, що у відповідях на перше відкрите запитання переважають емоції, у той час як відповіді на друге запитання крім емоцій містять дії, роздуми, аналіз ситуації з боку респондентів.

Емоційна складова є дуже поширеною та потужною у відповідях на відкриті запитання, що вимагає окремого розгляду емоцій біженців та їх аналізу в рамках соціології емоцій. З точки зору соціології емоції можуть бути розглянуті на всіх трьох рівнях соціальної взаємодії: мікро-, мезо- (рівень малих груп) та макро- (рівень соціальних інститутів та соціальних груп). Дж. М. Барбалет зазначає, що емоції не є девіантними та конструюють соціальний порядок, пояснюють соціальні зміни [17]. Оскільки емоції включені в моделі соціальних відносин, то вивчення окремих емоцій дає можливість не тільки пояснення соціальних про-

цесів, але й прогнозування поведінки, демонстрації реального і потенційного емоційного інтелекту респондентів [18].

Біженці переживають велике емоційне навантаження. Так, базова емоція страху є поширеною реакцією на війну, оскільки страх сприймається як загроза особистій безпеці. Страх спонукає людину прикладати зусилля, щоб уникнути загрози, усунути небезпеку, тому функціональність емоції полягає у збереженні життя свого та дітей, близьких, пошуку фізично безпечного місця. Емоція страху відчувається біженцями як щодо подій у минулому та теперішньому (як страх за близьких, хто залишився в Україні), так і щодо майбутнього (через невідомість, невідзначеність).

Поширеною емоцією серед біженців є гнів, який, як правило, спрямований на джерело проблем – війну, на ворога – РФ як агресора. Гнів виникає як реакція на перешкоджання досягненню бажаної мети, на порушення звичних умов життя. Функціональність емоції гніву для біженців полягає у мобілізації сил.

Часто емоція гніву взаємодіє з такими емоціями, як відраза і презирство. Відраза – емоція, яка забезпечує мотивацію для реакції відсторонення, відчуження, оскільки відіграє важливу роль у виживанні організму. Під відразою розуміють переживання, які викликаються певними обставинами, діями, предметами, людьми, смаками, запахами, взаємодія з якими викликає різке протиріччя з ідеологічними, моральними або естетичними принципами і настановами суб'єкта. Для біженців характерною є відраза до всього, що асоціюється з РФ, Путіним, «руським міром».

Презирство – емоція, яка виникає в міжособистісних стосунках і супроводжується почуттям власної могутності, цінності і значущості власного «Я» у порівнянні з «Я» іншої людини. Виникнення цієї емоції завжди пов'язане із знеціненням і деперсоналізацією об'єкта презирства. Функціональність емоції презирства для біженців – її трансформація у почуття власної гідності, посилення української національної ідентичності.

Причинами виникнення емоції суму називають різні проблемні ситуації, такі як незадоволення первинних потреб, розчарування, спогади, втрати (смерть, розлука, втрата дружби або кохання, перспективи, роботи). Сум біженці переживають як втрату: дому, свого звичного життя, близьких, роботи, друзів. Як наслідок виникає почуття самотності, туги, страждання. Водночас це допомагає усвідомити та прийняти зазначені втрати, що дає змогу рухатися далі.

Характерним для біженців є емоційний стан «провина вцілілого», який описує людину, що виїхала з небезпечних районів України і відчуває за це провину. Цей стан описується як сором за те, що «робиш недо-

статньо», чи за те, що «не залишився». Люди відчують провину за те, що вижили або знаходяться в безпеці, коли інші помирають, люди переживають цей стан навіть проводячи активну волонтерську діяльність, підтримку військових чи цивільних.

Розглянуті результати опитування та аналіз емоцій українських біженців дозволяє виділити наступні соціальні «ефекти» біженства, що чинять вплив на процес їх адаптації до приймаючого суспільства:

1) бар'єри з боку біженців: психологічна травматизація, мовний та культурний бар'єри;

2) бар'єри з боку системи (інфраструктурні): бюрократія, уніфікація (неврахування різноманіття біженців, ексклюзія);

3) бар'єри з боку приймаючого суспільства – множинна дискримінація, стереотипізація, стигматизація, упередження, вороже ставлення.

Враховуючи той факт, що близько 90 % всіх українських біженців це жінки і діти [1], необхідним є гендерний аналіз біженства та ризиків, що спричиняють проблеми адаптації.

Гендерна специфіка українських біженців полягає у: 1) великому навантаженні на жінок:

1.1. Збільшення доглядової праці, яка не є оплачуваною щоденною активністю, що забезпечує комфорт конкретної родини: приготування їжі, прибирання, прання, закупки продуктів чи речей для дому, так само як догляд за дітьми, літніми, хворими, неповносправними членами родини. В Україні основне доглядове навантаження є на жінках, і з переїздом за кордон воно збільшилося, оскільки піклування про дітей, старших родичів залишилося на жінках, додалося оформлення документів, вирішення поточних завдань, налагодження побуту;

1.2. Збільшення емоційної праці – здійснення підтримки, переживання емоцій і стресу всіма членами родини. У науковий обіг поняття «емоційної праці» було введено А. Хохшильд, яка визначає її як управління емоціями для створення публічно видимих демонстрацій обличчя та тіла; емоційна праця продається за заробітну плату і тому має обмінну вартість [19]. Втім для українських біженок емоційна праця не є оплачуваною, водночас відповідальність за емоційне здоров'я дітей покладається саме на матерів, що, враховуючи постійний стрес, травматичний досвід, війну, що триває, стає окремим ресурсозатратним напрямком щоденної роботи;

2) зміні гендерних ролей – до ролі матері, хранительки родини, додається роль основного годувальника (втрата роботи чоловіком, необхідність годувати дітей). Робоча зайнятість біженців часто відбувається зі зниженням соціального статусу через необхідність займатися низькокваліфікованою працею. Натомість чоловіки, що залишилися в Україні без родин (жінок, дітей), у свою чергу, теж освоюють нові практики самотнього життя, піклування про себе, домівку;

3) поширенні дискримінаційних практик та насильства. Множинна дискримінація, що її переживають українські біженки: як жінки, як біженки, як люди, що не знають мови, законів. Стереотипність щодо українських жінок (стереотип гарних господинь, стереотип сексуальних робітниць). Вразливість жінок-біженок приводить до збільшення ризиків насильства – психологічного, фізичного, сексуального. Поширеними є пропозиції у соціальних медіа щодо житла, допомоги від чоловіків, які можуть бути небезпечними, про що у якості коментарів під такими повідомленнями писали місцеві мешканці або ті, хто зіштовхнувся з домаганнями. Поширеною є освітня дискримінація – невизнання освіти, що отримана в Україні, відповідно обмеження щодо працевлаштування на низькокваліфіковану мало оплачувану роботу, що, в свою чергу, веде до бідності/малозабезпеченості, збільшення вразливості. До чоловіків, що виїхали за кордон, теж помітною є дискримінація з боку інших українських біженців, що часто можна спостерігати у телеграм-каналах та фейсбук-групах, якщо автором посту про допомогу є чоловік (велика кількість коментарів під подібними постами містять мову ненависті, булінг, навішування ярликів, формування вини за те, що не в армії, звинувачення у порушенні законодавства, хоча з 25.02 було визначено 8 категорій чоловіків, які мають право на виїзд, і пізніше цей перелік був розширений);

4) родинних змінах – руйнування родини або нові родинні практики – родина на відстані, чоловік на відстані, що в цілому вимагає соціологічного переосмислення інституту сім'ї, ролі, функцій, визначень;

5) збільшенні ролі жінок у прийнятті рішень – не тільки щодо дітей, але країни проживання, місця проживання, роботи.

Потребує окремого аналізу специфіка дітей-біженців, що буде відрізнятися в залежності від віку, досвіду війни. Втім всі діти-біженці переживають травматичний досвід, стрес, складності адаптації, зміну освітніх практик, зміну комунікаційних практик через втрату звичного оточення, розрив зв'язків з друзями.

Висновки

Комунікативний простір українських біженців – це соціальні медіа, інформаційне поле, яке біженці спостерігають, відчувають при спілкуванні з місцевим населенням. Наступні риси характеризують проблеми адаптації і вплив складових комунікативного простору на вирішення проблем з адаптації українських біженців: 1) допомога для подолання соціально-психологічних бар'єрів у новому культурному середовищі; 2) пропозиція специфічної інформації у соціальних медіа, інформації,

яка важлива для місцевого населення країни, з метою забезпечення розуміння біженцями, що саме важливо місцевому населенню і що очікує від них місцеве населення; 3) усвідомлення необхідності демонстрації поведінки, яка очікується для формування лояльного ставлення до біженців у країні, яка їх приймає; 4) прийняття на основі інформації у соціальних медіа усвідомлення обов'язкової поступової адаптації для можливої інклюзії в нове середовище як єдиний шлях виживання; 5) навчання стримувати емоції незалежно від дій, повідомлень у соціальних медіа, які спостерігаються по відношенню до біженців для реалізації стратегії конформізму; 6) формування критичної ідентифікації себе для розуміння напрямів удосконалення поведінки як особистості, яка прагне адаптації в новому середовищі.

Ґрунтуючись на даних проведеного контент-аналізу telegram-каналів та facebook-груп українських біженців, вдалося визначити ряд функцій, що виконували та виконують соціальні медіа у адаптації українських біженців: інформаційна, спілкування, соціальної підтримки, самоорганізації, коннектора між тими, кому потрібна допомога, і тими, хто може її надати; культурного включення у локальний контекст, вирішення конкретного персоніфікованого запиту людини чи конкретної проблеми.

За результатами відповідей респондентів на відкриті запитання щодо того, що було найскладнішим після переміщення за кордон, та найбільш актуальних поточних проблем українських біженців було проведено ситуаційний аналіз базових емоцій та їх функціональності: страх – збереження власного життя та життя близьких; гнів – мобілізації сил; відраза та презирство – їх трансформація у почуття власної гідності, посилення української національної ідентичності; сум – усвідомлення та прийняття втрати, що дає змогу рухатися далі. Розглянуті результати опитування та аналіз емоцій українських біженців дозволили, в свою чергу, виділити соціальні «ефекти» біженства, що чинять вплив на процес їх адаптації до приймаючого суспільства: бар'єри з боку біженців, з боку системи (інфраструктурні) та з боку приймаючого суспільства.

Враховуючи соціально-демографічний профіль українських біженців, було виділено їх гендерну специфіку, що полягає у: збільшенні доглядової і емоційної праці жінок; зміні гендерних ролей як з боку жінок, що виїхали за кордон, так і з боку чоловіків, що залишилися в Україні; поширення дискримінаційних практик та насильства (що в цілому характерно для вразливих груп), змінах у інституті родини, збільшенні ролі жінок у прийнятті рішень.

Література

1. [Електронний ресурс]. Режим доступу: <https://studfile.net/preview/10003738/page:20/>
2. Operational data portal: Ukraine refugee situation. [Електронний ресурс]. Режим доступу: <https://data.unhcr.org/en/situations/ukraine>
3. Велика українська енциклопедія. [Електронний ресурс]. Режим доступу: <https://vue.gov.ua/>
4. Alencar, Amanda. Refugee integration and social media: A local and experiential perspective. *Information, Communication & Society* 21.11 (2018): 1588-1603. [Електронний ресурс]. Режим доступу: <https://www.tandfonline.com/doi/full/10.1080/1369118X.2017.1340500>
5. Gillespie, Marie, et al. Mapping refugee media journeys: Smartphones and social media networks. (2016) [Електронний ресурс]. Режим доступу: https://eprints.ncl.ac.uk/file_store/production/259734/B10ABC43-B969-41E5-A53B-AB553958E6F8.pdf
6. Marlowe, Jay. Refugee resettlement, social media and the social organization of difference. *Global Networks* 20.2 (2020): 274-291.
7. Vertovec, S. (2007) Super-diversity and its implications, *Ethnic and Racial Studies* 29(6): 1024-54.
8. Schönwälder, Karen, et al. Diversity and contact: Immigration and social interaction in German cities. Springer, (2016). 296 p.
9. Ponce, Aaron. Gender and anti-immigrant attitudes in Europe. *Socius* 3 (2017): 2378023117729970. [Електронний ресурс]. Режим доступу: <https://journals.sagepub.com/doi/full/10.1177/2378023117729970>
10. Keleş, Seray Çağla, et al. Attitudes of Turkish youth toward Syrian refugees in respect to youths' gender, income, education, and city: A Scale Development Study. *Turkish migration 2016 selected papers* (2016): 155-163.
11. Ekman, Mattias. Anti-refugee mobilization in social media: The case of soldiers of Odin. *Social Media+ Society* 4.1 (2018): 2056305118764431. [Електронний ресурс]. Режим доступу: <https://journals.sagepub.com/doi/full/10.1177/2056305118764431>
12. Sajir, Zakaria, and Miriyam Aouragh. Solidarity, social media, and the «refugee crisis»: Engagement beyond affect. *International Journal of Communication* 13 (2019): 28. [Електронний ресурс]. Режим доступу: <https://ijoc.org/index.php/ijoc/article/view/9999/2548>
13. Veronis, Luisa, Zac Tabler, and Rukhsana Ahmed. Syrian refugee youth use social media: Building transcultural spaces and connections for resettlement in Ottawa, Canada. *Canadian Ethnic Studies* 50.2 (2018): 79-99.
14. Vision for an Inclusive Society [Електронний ресурс]. Режим доступу: <https://www.un.org/esa/socdev/documents/compilation-brochure.pdf>
15. Castle, Stephen, et al. Integration: Mapping the Field. Report of a Project Carried out by the University of Oxford. Center for Migration and policy Research and Refugee Studies Center contracted by the Home Office. Immigration Research and Statistics Service (IRSS) (2002). [Електронний ресурс]. Режим доступу: https://pure.mpg.de/pubman/item/item_3012138_1/component/file_3012139/rdsolr2803.doc

16. Glover, S., C. Gott, A. Loizillon, J. Portes, R. Price, S. Spencer, V. Srinivasan and C. Willis (2001) *Migration: An Economic and Social Analysis*, London: Home Office RDS Occasional Paper No 67. [Електронний ресурс]. Режим доступу: <https://mpira.ub.uni-muenchen.de/75900/>

17. Barbalet J.M. *Emotion, social theory and social structure: A macrosociological approach*. Cambridge: Cambridge univ. press, (1999), 210 p.

18. N. Lysytsia. *Service Innovations Management Based On Emotional Intelligence In Ukraine* / N. Lysytsia , M. Martynenko, Y. Byelikova, Y. Polyakova // *Studies of Applied Economics*. (2020). Vol 38, No 3 (1). DOI: 10.25115/eea.v38i4.3992 [Електронний ресурс]. Режим доступу: <http://ojs.ual.es/ojs/index.php/eea/article/view/3992/4147>

19. Hochschild A.R. *The Managed Heart: Commercialization of Human Feeling*. Berkeley, University of California Press, (2003), 328 p.