

Феноменологічно різноманітне ігнорування є одним із варіантів соціальних практик сьогодення, певною мірою зумовлених застосуванням сучасних інформаційних та комунікативних технологій. Як і в реальному житті міжособистісні конфлікти та міжособистісне ігнорування, що локалізується в інтернет-просторі, супроводжується негативними болісними переживаннями, зниженням самооцінки особистості, порушеннями її звичного способу життя.

Переміщаючись з інтернет-простору в реальне життя і навпаки такі поведінкові патерни змінюють поки що фон суспільного життя, однак все більше завдяки цьому формуються нові умови для життя суспільства. Необхідно досліджувати феноменологію ігнорування та реалізовувати заходи оптимізації соціальних інтернет-просторів, особливо в контексті освітніх процесів.

Технології спілкування, що особливо бурхливо розвиваються останнім часом, змінюють сценарії соціальної взаємодії: змінюються правила розвитку взаємодії, її підтримки чи згортання. Окрім таких агресивних інтеракцій як кібербулінг, моббінг, троллінг не менш неприємною формою взаємодії, зумовленої технологіями є ігнорування, що набирає все більш несподіваних та різноманітних форм. Ігнорування в його різних формах несе загрозу негативних переживань для особистості, загрозу руйнування та хаотизації спільного контексту діяльності. В силу приглушених емоційних фарб ігнорування не є достатньо дослідженою і зрозумілою реальністю, однак, як видно з проведеного аналізу вимагає і вимагатиме все більшої уваги дослідників. Як видно з проведеного аналізу, нова реальність потребує осмислення та побудови змістовних прогнозів, які події нас ще очікують в світі високих технологій.

Література.

1. Найдьонова Л. А. Кібербулінг або агресія в інтернеті: способи розпізнання і захист дитини. Методичні рекомендації. Київ, 2014. - 80 с.
2. Тітов І. Г., Лаврінченко В. А. Чинники прояву кібербулінгу в підлітковому середовищі: теоретичний огляд. Психологія і особистість : наук. журнал. Інститут психології імені Г. С. Костюка НАПН України ; Полтав. нац. пед. ун-т імені В. Г. Короленка. Київ; Полтава : ПНПУ імені В. Г. Короленка, 2022. Вип. 2 (22). - С. 211-224.
3. Campbell M. A. (2005). Cyber bullying: an old problem in a new guise? *Australian Journal of Guidance and Counselling*, 15 (1), 68-76.
4. Campbell M. A., Slee, P. T., Spears, B., Butler, D., & Kift, S. (2013). Do cyberbullies suffer too? Cyberbullies' perceptions of the harm they cause to others and to their own mental health. *Sch Psychol Int*, 34(6), 613-629.
5. Ghosting and destiny: Implicit theories of relationships predict beliefs about ghosting / G. Freedman, D.N. Powell, B. Le, K.D. Williams / *Journal of Social and Personal Relationships*. 2019. Vol. 36. № 3. P. 905—924. DOI:10.1177/0265407517748791
6. Ghosting and orbiting: An analysis of victims' experiences / L. Pancani, D. Mazzoni, N. Aureli, P. Riva // *Journal of Social and Personal relations*. 2021. Vol. 38. № 7. P. 1987—2007. DOI:10.1177/02654075211000417
7. Langos C. (2012). Cyberbullying: The Challenge to define. *Cyberpsychology, behavior, and social networking*, 15, 6, 285-289.
8. Suler J. (2004). The online disinhibition effect. *Cyberpsychol Behav*, 7(3), 321-326.

ГРАБОВСЬКА С.Л., ПАРТИКО Т. Б.

ЯК ПРИМИРЮВАЧУ ЗМУСИТИ СЕБЕ БУТИ НЕЙТРАЛЬНИМ ДО КЛІЄНТІВ?

Одна з найважливіших засад роботи примирювача (фасилітатора, посередника, консультанта) зі сторонами конфлікту полягає у дотриманні нейтральності стосовно клієнтів. Поняття «посередник» і «нейтральність» часто з'єднують в одне ціле і в багатьох країнах загалом використовують як одне поняття «нейтральний посередник». І тут йдеться передовсім не лише про заборону для посередників працювати як з клієнтами зі своїми рідними, близькими, колегами, а власне про дотримання нейтрального та неупередженого ставлення до клієнтів у процесі проведення певної процедури примирення.

Яким високим рівнем емоційного інтелекту не володів би примирювач і яким би не був фахівцем в комунікативній сфері, примирювач лишається людиною зі своїми смаками, переконаннями, суб'єктивними мірками «подобається/не подобається», «моє/не моє», «прекрасне/привабливе/відразливе/огидне» тощо. І власне це майже несвідоме ставлення до інших (а йдеться передовсім про клієнтів), може зіграти з примирювачем недобру річ. Далеко не завжди ми усвідомлюємо, чому власне якісь люди нас приваблюють, а якісь викликають нехіть. Почуваючи симпатію до когось з клієнтів, примирювач неусвідомлено починає ідентифікуватися з тією особою і допомагати, ставати союзником певної сторони конфлікту. Аналогічно, якщо хтось з клієнтів не подобається, викликає негативне ставлення до себе або й огиду примирювача – останній ладен допомагати іншим сторонам подолати цього уже «спільного ворога».

Як би прискіпливо не намагався примирювач слідувати за своєю поведінкою в процесі роботи з клієнтами, остаточно пересвідчитися, чи насправді вдається бути нейтральним, можна лише за допомогою відеозаписів, зроблених під час роботи. Ці записи варто робити декілька разів і власне тоді, коли сам примирювач не знає про них і його/її поведінка природна, не підлаштована під «спостерігача» і активно не піддається самоконтролю. Перегляд і самоаналіз таких відеоматеріалів дозволять пересвідчитися, чи в однаковій мірі інтонації, тривалість розмов з клієнтами, відстань, погляди відповідають вимогам нейтральності. І за щонайменшої підозри на її втрату варто попрацювати над «вирівнюванням імен»: зменшенням симпатії до клієнта, що подобається і збільшенням її до того, хто викликає негативне ставлення.

Роботу з налагодження нейтральності варто почати з самоаналізу власного суб'єктивного ставлення до певного клієнта. Для того варто запитати себе, яке моє враження про клієнта, який він/вона, які перші 3-5 особистісних рис, характеристик клієнта приходять на думку примирювача, коли виникає образ цього клієнта. Потрібно записати ці характеристики в стовпчик для зручності подальшої роботи з цим списком і проаналізувати його. Якщо клієнт викликав симпатію, ці характеристики будуть виражені позитивними оціночними словами, якщо викликав опір, неприйняття ба навіть огиду – негативними. Ми усі добре знаємо, але часом не дуже замислюємося, що такі, наприклад, характеристики, як «скупий» та «ощадливий» говорять про одну й ту самісіньку рису особи, а позитивного чи негативного забарвлення вони набувають у нашому ставленні до цієї риси. Відповідно, аналізуємо отримані списки рис клієнтів, зазначаючи (виділяючи різнокольоровими маркерами) такі оціночні слова і підраховуємо, скільки в списках було позитивних, негативних та нейтральних характеристик. Якщо усі характеристики клієнтів чесно дані примирювачем безоцінково, можна не хвилюватися про нейтральність, досягти її в роботі з такими клієнтами примирювачу буде легко. Якщо ж з 5 записаних характеристик хоча б 3 містять позитивні чи негативні оцінки, варто попрацювати зі зміною ставлення до клієнта.

Можна запропонувати деякі доволі прості дії, що можуть зарадити у ситуаціях, коли примирювач виявив, що його/її ставлення до клієнтів загрожує втратою нейтральності.

Примирювач може звернутися до утвореного списку рис клієнта і в разі, якщо усі приписані ним/нею риси (якості) клієнта позитивні, спробувати пошукати у того ж клієнта таку ж кількість вад і вписати їх навпроти виявлених чеснот. Аналогічно можна працювати і зі списком початково виявлених вад клієнта: протиставити їм рівний за кількістю список його/її переваг.

Зі списком переваг (вад) клієнта можна попрацювати за допомогою виявлення сенсу кожної аналізованої риси і знаходження позитивних і негативних оціночних назв цієї риси (якості, характеристики). Добре для знаходження ґрунтовних визначень понять користатися з тлумачних словників: беремо записану характеристику, виписуємо ґрунтовне визначення цього поняття і підшуковуємо поняття з протилежним оціночним значенням.

Така робота допомагає усвідомити суб'єктивність ставлень і трактувань та зменшити прихильність або нехіть до клієнтів.

Непоганого результату можна досягати, застосовуючи в процесі збалансування свого ставлення до клієнтів, такі питання: чи є особи, яким клієнт може подобатися/не подобатися? за що власне клієнта можуть любити/не любити інші люди? за що інші люди можуть бути вдячні/ображатися на цього клієнта? Зрозуміло, що форма питання буде залежати від виявленого «перекоосу» у ставленні до клієнта.

Багатьом людям (особливо з яскравим образним мисленням та візуалам) змінити ставлення до інших допомагає така вправа: уявити собі особу (яка здається неприємною) у вигляді якоїсь гарної квітки, приємного запаху, смачної страви, приємного смаку або у вигляді якоїсь милої казкової істоти. Навпаки, зменшення привабливості і симпатії до людини можна досягти за допомогою протилежних яскравих образів.

Самоаналіз ставлення до клієнтів та робота з контролем та підтриманням нейтральності має супроводжувати весь процес проведення процедури примирення і базуватися на почутті міри. Недарма мудрі стародавні філософи вважали міру однією з наважливіших категорій, принципом буття, головним мірилом соціальних взаємодій. Переконаючи себе, що певний клієнт кращий/гірший, ніж нам здалося спочатку, можемо «передати куті меду» і втрапити в протилежну оціночну крайність.

Отже, будьмо нейтральні до клієнтів і це зменшить напруження і дозволить легше і швидше допомогти їм знайти порозуміння і розв'язати їхні проблеми.

GURSTEIN B.

PUBLIC POLICY AND INSTITUTIONAL CHANGE IN THE MIDDLE OF CONFLICT PROJECT

Introduction

The massive invasion of Russian Military Forces on the territory of Ukraine on 22 February 2022 had a long preparation. Such as the Crimea and Donbas occupation and the Central government's destabilization in Kyiv. That included mass media campaigns with a false interpretation of historical narratives developed 'pseudo-patriotic' and sometimes open neo-fascist movements that were highly spread on the territory of the Russian Federation and its satellite states worldwide. The 'Russia Today Chanel,' The 'Russkiy Mir Foundation,' and the 'Russian Orthodox Church' are only a few examples of such agents. In addition, the Hybrid, attacks, and troll factories, under the Federal Security Service coverage, prepared the ground for the invasion. This psychological warfare, based on mass media and internet platforms, aimed to erase and distort the national identity by provoking false political and public discourse. Those "concepts" of division significantly affected neglected weak with the weak and corrupted government structures.

Nevertheless, the successes of the Russian Hybrid activities cannot be correlated only to Ukraine. Different pro-Russian organizations are acting openly or hidden worldwide. As a result, the divided society is a hotspot for hybrid intervention and operation of hybrid activities (post-Truth) worldwide and can be used by other non-democratic governments.

The counteraction against such newly combined Hybrid Approaches can be reached through the re-definition/strengthening of national identity, institutionalization, and democratization.

The current research project is based on the Ph.D. thesis, which defined the dependence between a weak state and the ability of media influence from outside using Hybrid Technologies based on the case study of Russian intervention 2014-2022.

The current proposal is based on the Ukrainian society transformation based on the successful model of Post-Imperial Japan's democratic and economic change. The achievement of such a model in a democratic way can serve as the projection toward a Post-War Ukrainian Society, precisely Russian and Ukrainian ethnic groups. Those include democratic/national identity development and transformation in a post-conflict society, including the newest Hybrid technological risks.

Purpose of the Study:

The purpose of the research is a part of the post-doctoral research aimed to build a strong core of Conflict Transformation and Reconciliation Research in Post-Conflict Society, particularly in Russian-Speaking regions of Ukraine affected mainly by war. The project involves Ukrainian and international research groups to develop a Ph.D. program for Ukrainian students. The main aim is to participate from Russian and Ukrainian-speaking researchers living in Ukraine or occupied territories. The program will be an integrated project for Ph.D. at V. N. Karazin Kharkiv National University.

The V.N. Karazin Kharkiv National University is a leading university in Ukraine, specializing in social and political studies. The University has 23 faculties and educational and research institutes, more than 16,000 students and trainees, and 301 graduate and doctoral students. Specialists are trained in 115 specialties and specializations, covering the entire spectrum of modern classical university education.