

**Ірина БЕЗЗУБ,**

в. о. мол. наук. співроб., керівник проблемної групи укладачів бюлетеня  
«Зайнятість населення в Україні» СІАЗ НБУВ

## **РОЛЬ ЗАСОБІВ МАСОВОЇ ІНФОРМАЦІЇ У ВИСВІТЛЕННІ ПРОБЛЕМ РИНКУ ПРАЦІ В УКРАЇНІ**

У статті аналізується роль вітчизняних ЗМІ у висвітленні ситуації на ринку праці в Україні, розглядається діяльність Служби інформаційно-аналітичного забезпечення органів державної влади НБУВ з моніторингу інформації ЗМІ щодо ситуації на ринку праці.

*Ключові слова:* засоби масової інформації, масова комунікація, соціальна інформація, ринок праці, зайнятість населення, соціальний захист, безробіття, служба зайнятості, трудова міграція, моніторинг, інформаційно-аналітичні служби.

У суспільній свідомості нині міцно утвердився погляд на сучасний світ як світ комунікацій, адже 70 % свого часу людство витрачає саме на них.

На думку дослідника комунікаційних процесів проф. Г. Почепцова, Україна стає динамічним суспільством, в якому комунікація посідає якісно нове місце, перетворюючись на важливий чинник як суспільного, так і бізнесового життя. Одним з її видів є масова комунікація. Дослідженню цієї проблеми присвячена низка праць українських та зарубіжних авторів. Зокрема, С. Квіт, А. Москаленко, Л. Губерський, В. Іванов, В. Горвий, В. Різун, Дж. Лалл, Л. Землянова, Р. Беляков, Г. Почепцов та інші зосереджуються на дослідженнях теорії масової комунікації, системно викладаючи теоретичні засади розуміння масового спілкування, технології масового впливу та основні наукові течії, принципи й підходи до вивчення масової комунікації.

За визначенням проф. В. Різун, під нею слід розуміти організоване спілкування, що є видом суспільно-культурної діяльності, яка відбувається у вигляді взаємопов'язаних інтелектуальних та емоційно-вольових дій, спрямованих на духовне, професійне чи інше єднання маси людей (мас). Масова комунікація, як суспільно-культурна діяльність, включає дії мовців (комунікантів), а також дії мас (комунікатів). Тобто, коли ми говоримо про масову комунікацію, маємо на увазі зв'язки між великими масами людей, які здійснюються за допомогою мас-медій або засобів масової інформації (комунікації) – друкованих періодичних видань, книжок, радіо, мобільного зв'язку, кіно, телебачення, аудіо- та відеозаписів та ін.

З огляду на соціальну значущість масової інформації іноді вживають визначення «соціальна інформація», адже суспільний зміст преси, телебачення, радіомовлення й інших ЗМІ не тільки формує громадську думку, а й справляє великий вплив на соціальну дійсність.

Соціальна інформація має складну структуру, яка містить науково-технічну, економічну, соціально-політичну, ідеологічну та інші види інформації. Її можна визначити як повідомлення, передані будь-яким зрозумілим людині кодом, що містять у собі відомості про процес функціонування суспільства, а також усе те, що стосується й може вплинути на ці процеси.

Особливо важливе місце масова комунікація посідає в процесах державотворення, формуванні соціально-економічної політики, зокрема такого її напрямку як формування ринку праці в Україні. У сучасних економічних реаліях особливої актуальності набувають проблеми ефективної зайнятості населення України, створення ринку робочої сили, запобігання масовому безробіттю, тому ринку праці належить центральне місце серед інших «ринків».

Українські вчені, відводячи ринку праці одне з визначальних місць у формуванні дієздатної вітчизняної економіки, зазначають, що проблеми зайнятості є стрижневим напрямом державної політики на ринку праці, яка охоплює широкий спектр соціальних аспектів. Недооцінювання впливу сфери зайнятості протягом останніх років на розвиток економіки, рівень та якість життя населення призвела до того, що механізм зайнятості був не стільки каталізатором, скільки гальмом економічних реформ. В Україні сформувався ринок праці з обмеженим попитом. Тому формування єдиного інформаційного простору у сфері сприяння зайнятості населення має важливе значення.

Перехідний стан економіки України докорінно змінив умови створення робочих місць. Це питання актуалізувалося через уповільнення процесів створення нових, модернізації та реконструкції діючих виробництв, різке сповільнення інвестиційної діяльності. У цих умовах катастрофічно знизилася створення нових робочих місць, мають місце численні факти випереджального скорочення робочих місць порівняно зі створенням нових, спостерігається посилення тенденції ліквідації існуючих робочих місць, констатується вичерпання потенціалу їх створення. Отже, соціальна захищеність населення є дуже болючою темою, яка турбує всі без винятку прошарки суспільства.

Безперечно, одним з основних джерел висвітлення соціальної політики держави, роботи органів державної влади та подій на ринку праці в Україні й світі залишаються друковані ЗМІ – періодичні друковані видання (газети, журнали, бюлетені тощо і разові видання з визначеним тиражем). За оперативністю подачі матеріалів та масштабністю впливу

на населення газетним виданням немає рівних серед документальних засобів масової комунікації. Основна цінність інформації друкваних ЗМІ полягає в її новизні, оперативності, своєчасності. Досвід показує, що застаріле повідомлення не приносить практичної користі. Тому видання, які порушують соціальні проблеми, при написанні своїх статей намагаються добирати якомога «свіжішу» інформацію, використовуючи яскраві стилістичні засоби. Зокрема, у таких виданнях, як «Урядовий кур'єр», «Голос України», «День», «Демократична Україна», «Комсомольська правда в Україні», «Праця і зарплата», публікації соціальної тематики об'єднані в тематичні рубрики, щоб читачеві легше було знаходити потрібну інформацію. Часто на сторінках цих газет фахівці служб зайнятості коментують законодавчі акти, що регулюють ринок праці, дають відповіді на актуальні питання читачів.

Чимало статей, присвячених проблемам ринку праці та зайнятості населення, розміщують на своїх шпальтах «Газета по-киевски», «Бизнес», «Вечірній Київ», «Україна молода», «Сьогодні», «Сільські Вісті», «Рабочая газета» та ін. Кореспонденти цих видань не пропускають важливих подій, активно реагують на проблеми ринку праці, матеріали інформаційно насичені.

Розглянувши матеріали, присвячені темі соціального захисту населення, на сторінках українських газет, можна зробити висновок, що останнім часом їй приділяється значно більше уваги, ніж раніше, проте недостатньо. Справа навіть не в кількості публікацій, а, швидше, в їх якості (це стосується жанрової різноманітності, регулярності подачі тематичних матеріалів тощо). У сучасних ЗМІ привертає увагу значна кількість невеличких матеріалів, які здебільшого інформують про певну подію в соціальній сфері, не подаючи аналізу чи порад спеціалістів, однак і ці матеріали по-своєму корисні читачеві.

ЗМІ, повідомляючи про певні соціальні події, допомагають українському суспільству зрозуміти соціальні процеси. Часто, коли влада відмовляє народу в певних соціальних питаннях, останній звертається до працівників ЗМІ – таким чином намагаючись вирішити проблеми, привернути увагу, залучити до дій громадськість. ЗМІ в цьому плані виконує роль «чарівної палички», яка привертає до себе увагу значних мас населення.

В умовах фінансової кризи, коли в українському суспільстві на тлі масових звільнень працівників населення втрачає відчуття захищеності, особливо значення набуває інформаційно-роз'яснювальна робота Державної служби зайнятості. У країні нараховується 647 центрів зайнятості різного рівня – від державних до районних, які надають цілий комплекс послуг тим, хто шукає чи хоче змінити роботу, а також роботодавцям. Саме для організації фахового та своєчасного інформування

про ситуацію на ринку праці відповідні працівники державних та регіональних служб зайнятості мають докласти максимум зусиль для налагодження співпраці зі ЗМІ, бо оперативне донесення до населення такої інформації є не лише складовою діяльності, а й прямим обов'язком цих служб. Часто своєчасна та кваліфікована інформаційна підтримка здатна повернути людині надію на позитивне вирішення життєвих проблем, вселити відчуття впевненості в майбутньому. Тому увага служб зайнятості має бути більше зосереджена на практичних аспектах інформаційно-роз'яснювальної роботи – повідомленнях про зміни в законодавстві, інноваціях у наданні соціальних послуг, аналізу загальної ситуації на ринку праці тощо; спрямована на використання засобів інформаційно-роз'яснювальної роботи (створення прес-релізів та інших інформаційних матеріалів, організація прес-конференцій, брифінгів, прес-турів тощо). Актуальними залишаються проведення конкурсу серед ЗМІ на краще висвітлення питань з проблем зайнятості; систематична співпраця базових центрів із засобами масової інформації. Преса може сприяти підвищенню мобільності робочої сили шляхом поширення інформації про становище на регіональних ринках праці.

Нині служба зайнятості є чи не єдиною державною структурою, яка активно займається профорієнтацією молоді та школярів. Її фахівці шукають нові, сучасні форми розповіді про світ професій та їх актуальність на ринку праці. Так, у школах країни встановлюються так звані профорієнтаційні термінали. Профорієнтаційний термінал – це молодіжний профорієнтаційний інтернет-портал, доступ до якого здійснюється через спеціальні електронні пристрої (тач-скріни). Інформація, завантажена у профорієнтаційні термінали, постійно поновлюється, вона завжди актуальна і змінюється, беручи до уваги, вимоги ринку. «Банкомат професій» знайомить випускників зі змістом спеціальностей, вимогами роботодавців, умовами навчання, станом і перспективами ринку праці, трудовим законодавством. Для всіх школярів, які навчаються у сільських школах, випускаються профорієнтаційні щоденники, бо діти у селах не мають отримувати інформацію у такий спосіб. Говорити ж про ефект від цих заходів з профорієнтації можна буде не раніше ніж через три-чотири роки.

Разом з тим інформація про заплановані та виконані заходи базових центрів зайнятості в окремих випадках залишається на недостатньому для якісного налагодження взаємодії з медіа-партнерами рівні. У свою чергу це не дає змоги оперативно та змістовно інформувати суспільство про можливості кожної людини втілити в життя своє право на отримання роботи.

Важливу роль у саморегулюванні ринків праці відіграє зовнішня трудова міграція, яка в Україні вже стала звичайним явищем. Навколо

феномену трудової міграції зосереджено багато міфів та стереотипів, які експлуатуються як недбалими дослідниками та політичними силами у власних інтересах, так і ЗМІ, які використовують цю інформацію неналежним чином. В українських офіційних та неофіційних джерелах, у тому числі в ЗМІ, можна знайти різні оцінки щодо кількості українських трудових мігрантів, які протягом останніх років виїхали з України. При цьому діапазон таких оцінок коливається від 2 до 7 млн осіб. Це не дивно, адже вирахувати точну або хоча б приблизну кількість українських заробітчанин за кордоном надзвичайно важко, зважаючи на переважно нелегальний характер їхнього перебування та небажання ставати на облік. На жаль, нині в Україні не існує єдиного централізованого органу, який би координував проблеми міграції. Оскільки на практиці не існує єдиної державної міграційної політики, то не існує й координованої інформаційної політики в цій галузі.

ЗМІ постійно висвітлюють проблеми торгівлі людьми, зловживань у сфері працевлаштування, відпливу інтелектуального потенціалу нації. Необхідно зауважити, що більшості таких матеріалів притаманна певна односторонність поданої інформації. Як показує аналіз, чимало публікацій з цієї тематики мають негативне забарвлення, а «смажені» факти є головною характеристикою цих інформаційних повідомлень.

На українському інформаційному ринку бракує достовірної інформації та професійних дискусій на тему трудової міграції й пов'язаних з нею можливостей та небезпек. Натомість нерідко поширюються неперевірені відомості, зокрема щодо оцінок масштабів трудової міграції та перспектив розвитку ситуації в цій сфері. Консультаційні центри, мережі для громадського обговорення проблеми, які створювалися б спільними зусиллями органів місцевої влади, ЗМІ та громадських організацій у регіонах масової виїзної міграції, могли б допомогти налагодити комунікації між тими, хто володіє реальним досвідом та інформацією, й тими, хто розмірковує над можливістю виїхати на заробітки за кордон. ЗМІ, що вже володіють значною аудиторією, могли б запозичити досвід європейських медіа, які регулярно поширюють інформацію для громадян своєї країни, що мають намір працевлаштуватися за кордоном, а також про особливості та труднощі працевлаштування в тій чи іншій країні або секторі економіки.

Одним із способів досягнення підвищення ефективності інформаційної політики органів влади та налагодження оптимального механізму зворотного зв'язку з населенням є постійний моніторинг усього інформаційного простору. Сьогодні ЗМІ поступово впроваджують практику моніторингу та прогнозування ситуації на ринку праці, зокрема щодо питання вивільнення робочої сили, визначення професійно-кваліфікаційної структури перспективної потреби роботодавців у трудових ре-

сурсах. Моніторинг ЗМІ сприяє отриманню більш об'єктивних даних порівняно з офіційною статистикою, оскільки відображає реальні економічні процеси. Це пояснюється тим, що в оголошеннях про вакантні посади роботодавець вказує реальну зарплату, а не лише її «видиму» частину. ЗМІ відображають реальний попит на робочу силу, який у тричотири рази перевищує показники офіційної статистики. Таким чином, за даними моніторингу ЗМІ за певний період, з певною достовірністю можна говорити про деякі характеристики й тенденції ринку праці.

Важливу функцію щодо забезпечення інформаційної відкритості державних органів влади виконують інформаційно-аналітичні служби. Інформаційні служби при урядових організаціях покликані вирішувати два завдання. По-перше, інформувати громадян про діяльність державних інститутів, по-друге, державних службовців про реакцію громадськості на здійснювані або намічені заходи в галузі соціальної політики.

Постійний моніторинг друкованих засобів масової інформації, що має на меті вивчення ситуації на українському ринку праці, проводиться Службою інформаційно-аналітичного забезпечення органів державної влади Національної бібліотеки України імені В. І. Вернадського (СІАЗ). На підставі аналізу фахівці служби інформують органи державної влади, які у свою чергу поширюють експертні висновки на управління освіти, навчальні заклади, громадськість, дітей та їхніх батьків про кон'юнктуру на ринку праці – потреби сучасного ринку в певних спеціалістах, рівень заробітної плати в окремих галузях, типові помилки молодих людей при виборі професійного шляху. Надання подібної інформації впливає на усвідомлення престижності, соціального статусу та інтересу до обраної професії, реальність працевлаштування та подекуди можливості реалізувати себе, працюючи за кордоном.

У виданні служби «Зайнятість населення в Україні» (Експертно-аналітичний висновок за результатами моніторингу висвітлення в центральних газетах питань зайнятості населення, ринку праці та діяльності Державної служби зайнятості) висвітлюється робота Державної служби зайнятості України, Фонду загальнообов'язкового державного соціального страхування України на випадок безробіття, приватних кадрових агентств; проблеми безробіття в Україні та окремих регіонах, питання зайнятості населення, ситуація на українському ринку праці, процес створення, відновлення та збереження на підприємствах і в галузях економіки робочих місць, проблема скорочення робочих місць і масового звільнення працюючих, проблеми праці та працевлаштування окремих категорій населення України (молоді, неповнолітніх, студентів, жінок, осіб пенсійного та передпенсійного віку тощо), професійної реабілітації, працевлаштування та праці інвалідів; аналізуються питання, пов'язані з внутрішньою та зовнішньою трудовою міграцією громадян

України, працевлаштуванням за кордоном, соціальним та правовим захистом українських трудових мігрантів у зарубіжних країнах, працею іноземців в Україні; ситуації кримінального характеру, що виникають у зв'язку з працевлаштуванням (тіньовою зайнятістю, шахрайськими діями, пов'язаними з наданням послуг у працевлаштуванні, експлуатацією дитячої праці, експлуатацією праці, торгівлею людьми тощо); проблеми, пов'язані з безробіттям, працевлаштуванням тощо, які виникають у країнах ЄС, СНД тощо.

Одним з головних напрямів оптимізації організації доступу до інформації є вдосконалення дистантних форм використання інформаційно-аналітичних матеріалів Служби, які найбільше відповідають таким вимогам діяльності бібліотечних закладів, як масовість, широта охоплення, відкритість, гнучкість та індивідуалізація інформаційних потреб користувачів.

До найбільш затребуваних дистантних форм доступу до ресурсу, що виробляється СІАЗ, належать електронні версії аналітичних матеріалів, орієнтовані на задоволення інформаційно-аналітичних запитів органів державної влади всіх рівнів, громадських організацій, економічних структур, наукових працівників; електронні версії тематичних та видових збірань публікацій тощо. Зокрема, на офіційному сайті НБУВ регулярно оновлюється вищезгаданий «Експертно-аналітичний висновок ...» СІАЗ.

Таким чином, засоби масової інформації відіграють важливу роль у висвітленні та прогнозуванні ситуації на українському ринку праці, виступають одним із засобів та чинників створення інформаційного простору держави. Сьогодні у вітчизняних ЗМІ простежується тенденція посилення уваги до проблем ефективної зайнятості населення України, створення ринку робочої сили та запобігання масовому безробіттю. Потрібно й надалі розширювати зв'язки між ЗМІ та державними органами влади з метою надання об'єктивної, своєчасної та повної інформації про стан на вітчизняному ринку праці. Це сприятиме формуванню єдиного інформаційного простору у сфері зайнятості населення. Інформатизація суспільства поступово стає одним з вирішальних чинників модернізації економіки на ринкових засадах і запорукою інтеграції України у світове співтовариство.

#### Список використаної літератури

1. *Беляков Р. О.* Масова комунікація та екологічна політика : монографія / Р. О. Беляков. – К : Видавничо-поліграфічний центр «Київський університет», 2001. – 149 с.
2. *Почепцов Г.* Теорія комунікації : монографія / Г. Почепцов ; Спілка рекламистів України, Українська асоціація паблік релейшнз. – К., 1996. – 175 с.

3. *Різун В. В.* Теорія масової комунікації : підручник для студ. галузі 0303 «Журналістика та інформація» / В. В. Різун. – К. : Видавничий центр «Просвіта», 2008. – 260 с.
4. Сучасна інформаційна політика / відп. ред. А. З. Москаленко; Київський ун-т імені Тараса Шевченка. Інститут журналістики – К. : Центр вільної преси, 1999. – 190 с.
5. Основи масово-інформаційної діяльності : підручник / А. З. Москаленко, Л. В. Губерський, В. Ф. Іванов. – К., 1999. – 634 с.
6. *Лалл Дж.* Медіа, комунікації, культура. Глобальний підхід : пер. з англ. / Дж. Лалл. – К. : «К.І.С.», 2002. – 264 с.