

НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ БІОРЕСУРСІВ
І ПРИРОДОКОРИСТУВАННЯ УКРАЇНИ

Гуманітарно-педагогічний факультет

ДОПУЩЕНО ДО ЗАХИСТУ

Завідувач кафедри
журналістики та мовної комунікації
проф. Світлана ХАРЧЕНКО
« ___ » _____ 2025 р.

ДИПЛОМНИЙ ПРОЄКТ БАКАЛАВРА

на тему: «Створення медіа платформи про ментальне здоров'я українців»

Спеціальність 061 Журналістика

Гарант освітньої програми

доктор філологічних наук, професор

Світлана ХАРЧЕНКО

Керівник дипломного проекту бакалавра

доктор філологічних наук, професор

Марина НАВАЛЬНА

Виконала

Марина МАЛЕНІВСЬКА

КИЇВ – 2025

НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ БІОРЕСУРСІВ І
ПРИРОДОКОРИСТУВАННЯ УКРАЇНИ

Гуманітарно-педагогічний факультет

Завідувач кафедри
журналістики та мовної комунікації

Світлана ХАРЧЕНКО

« ___ » _____ 2025 р.

З А В Д А Н Н Я

на виконання дипломного проєкту бакалавра студенту

Маленівській Марині Євгенівні

Спеціальність 061 Журналістика

Тема дипломного проєкту бакалавра **«Створення медіа платформи про ментальне здоров'я українців»**

Затверджено наказом ректора НУБіП України від 27 січня 2025 р. № 90 «С».

Термін подання завершеної роботи (проєкту) на кафедру 01.05.2025 року

Вихідні дані до дипломного проєкту бакалавра: створити сторінки у Фейсбуці на тему ментального здоров'я.

Перелік питань, які потрібно розробити. Відповідно до поставленої мети сформульовано основні завдання: дослідити історію вивчення ментального здоров'я; проаналізувати цілі, завдання Фейсбуку як мережі; визначити процес створення фейсбучної сторінки; дослідити джерела ментального здоров'я; розробити сторінку про ментальне здоров'я у Фейсбуці.

Дата видачі завдання «01» жовтня 2024 р.

Керівник дипломного проєкту бакалавра

Марина НАВАЛЬНА

Завдання прийняла до виконання

Марина МАЛЕНІВСЬКА

ЗМІСТ

ВСТУП	4
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНЕ ОБҐРУНТУВАННЯ ПРОЄКТУ	6
1.1. Особливості аудиторії проєкту	6
1.2. Аналіз конкурентного середовища	6
РОЗДІЛ 2. ХАРАКТЕРИСТИКИ ІНФОРМАЦІЙНОГО ПРОДУКТУ	8
2.1. Інформаційний привід	8
2.2. Авторська ідея / концепція інформаційного продукту (медіа)	9
РОЗДІЛ 3. ПРОСУВАННЯ ІНФОРМАЦІЙНОГО ПРОДУКТУ	12
3.1. Канали поширення інформаційного продукту/ платформи оприлюднення .	12
3.2. Концепція просування контенту.....	14
ПОЯСНЮВАЛЬНА ЗАПИСКА	16
ВИСНОВКИ.....	21
БІБЛЮГРАФІЯ.....	23
ДОДАТКИ.....	27

ВСТУП

Важливість теми дослідження обумовлена тим, що ментальне здоров'я у всьому світі залишатиметься серед основних викликів на наступні багато років. Адже війна впливає не лише на тих, хто перебуває безпосередньо в зонах бойових дій. Її наслідки відчуваються ширше. Так, вплив російської військової агресії проти України відчуває кожен другий по всьому світу, а вплив конфліктів минулого століття – кожен третій.

Саме тому Україна ініціювала резолюцію «Зміцнення психічного здоров'я та психосоціальної підтримки до, під час та після збройних конфліктів, природних та антропогенних катастроф, охорони здоров'я та інші надзвичайні ситуації», яка була прийнята консенсусом 77-ї Всесвітньої асамблеї охорони здоров'я ВООЗ. Про основні пункти документа міністр охорони здоров'я України Віктор Ляшко розповів під час десятого засідання Міжвідомчої координаційної ради з питань охорони психічного здоров'я та надання психологічної допомоги особам, які постраждали внаслідок збройної агресії РФ проти України.

Теоретичним аспектам сутності спеціальних заходів присвячені роботи у сфері ментального здоров'я таких авторів як М. Бакка, І. Ткаченко, О. Фундига та багатьох інших відомих науковців.

Мета дослідження полягає у створенні сторінки у Фейсбуці на тему ментального здоров'я.

Відповідно до поставленої мети сформульовано основні завдання:

- дослідити історію вивчення ментального здоров'я;
- проаналізувати цілі, завдання Фейсбуку як мережі;
- визначити процес створення фейсбучної сторінки;
- дослідити джерела ментального здоров'я;
- розробити сторінку про ментальне здоров'я у Фейсбуці.

Об'єкт дослідження – ментальне здоров'я українців.

Предметом дослідження є специфіка розробки сторінки на Фейсбуці.

Методи роботи. Для досягнення поставлених завдань у проєктній роботі було використано загальнонаукові методи дослідження, а саме: аналіз, синтез, індукція, дедукція, метод наукового пізнання, узагальнення, класифікація та порівняльний метод, хронологічний метод. Це стало можливим за умови комплексного підходу до предмета вивчення, аналізу фактичного матеріалу, зібраного з наукових робіт та джерел комунікації.

Наукова новизна роботи. Робота спрямована на створення власного спортивного журналу нового формату, який передбачає використання нестандартного розміру (А4), а також нової для подібних ЗМІ теми.

Практичне значення дослідження. Результати проведеного аналізу можуть бути використані у журналістській практиці під час написання матеріалів про ментальне здоров'я, а також є перспективними для майбутніх наукових досліджень. Теоретичний та практичний матеріал роботи може бути використаний для підготовки та перепідготовки спеціалістів у галузі журналістики.

РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНЕ ОБҐРУНТУВАННЯ ПРОЄКТУ

1.1. Особливості аудиторії проєкту

Цільова аудиторія фейсбучної сторінки досить широка. Сторінка буде розрахована фактично на усі вікові категорії і різної статі, адже здоро'я важливе для всіх. Загалом контент сторінки буде досить різноманітним, тому його зможуть як молоді люди, які цікавляться здоров'ям так і люди старшого покоління, адже на сторінці буде постійний сучасний матеріал, який зможе викликати відчуття потреби або інших емоцій. Саме задоволення від читання та інформаційного наповнення будуть основними показниками успішності сторінки.

Контент завжди буде різноманітним і не прив'язаним постійно до рубрик. З читачами буде постійний зворотній зв'язок завдяки специфіці каналу, який буде постійно працювати і реагувати на коментарі читачів, щодо покращення нашої продукції. Саме зв'язок з читачами є важливим фактором успіху. Ставши активними користувачами соціальних мереж, вони звикли спочатку оцінювати візуальний контент та оформлення, а вже потім читати наповнення. Тож наша сторінка буде приділяти велику увагу візуальному наповненню.

Також не потрібно забувати і про доступність сторінки. Вона доступна для кожного користувача Фейсбуку наших громадян.

1.2. Аналіз конкурентного середовища

Говорячи про конкуренцію, то єдиними реальним конкурентом на ринку таких сторінок є різноманітні сайти. Але їхня концепція часто застаріла і вона розрахована на досить специфічного читача, підготовлено, а наша сторінка позиціонує себе як така, яка буде цікава кожному читачу.

На сторінці «Ментальне здоров'я» немає статистики та широкої аналітики, а корисний і портібний контент, який не обтяжує інформацією читача. Можна зробити висновок, що сторінка може стати серйозним гравцем на ринку інформаційних платформ і знайти свою постійну читацьку аудиторію, яка буде стимулом до подальшого розвитку цього проекту.

Звертаючись вже до вищезгаданих завдань сторінка «Ментальне здоров'я» повинна постійно інформувати про останні події у світі ментального здоров'я, задовольняти потреби читачів цікавим та розважальним контентом, об'єктивно та правдиво висвітлювати події та популяризувати здоров'я в Україні.

РОЗДІЛ 2. ХАРАКТЕРИСТИКИ ІНФОРМАЦІЙНОГО ПРОДУКТУ

2.1. Інформаційний привід

Провівши аналіз подібних сторінок в Україні, ми прийшли до висновку, що читачеві не вистачає інформації та контенту. Ми вивчили, створити сторінку Фейсбуку. Перейдіть на сайт [facebook.com](https://www.facebook.com) і клацніть Створити обліковий запис. Введіть свої ім'я, електронну адресу або номер мобільного телефону, пароль, день народження та стать. Клацніть Зареєструватися. Щоб завершити створення облікового запису, підтвердьте свою електронну адресу або номер мобільного телефону.

Перед початком висвітлення інформації, важливо врахувати портрет цільової аудиторії (далі ЦА), щоб розуміти потреби своїх читачів. Цільова аудиторія – це саме ті люди, котрим потрібен продукт чи послуга компанії. Ця група людей, об'єднаних загальними ознаками, має схожі звички, спосіб життя, пріоритети та рівень доходів. Саме на них має бути налаштована рекламна сторінки.

Незнання цільової аудиторії – це перший крок на шляху до підвищення витрат на рекламу та зниження прибутків від продажу продукту.

Тобто цільова аудиторія – це люди, котрі не просто зацікавлені, а й з великою ймовірністю готові придбати те, що пропонує компанія. Це коло, на яке має бути орієнтований бізнес. Адже немає ніякого сенсу витратити гроші та час на тих, хто ніколи не зацікавиться пропозицією.

Варто врахувати, що серед споживачів можуть бути як професіонали, так і абсолютні початківці. Відповідно інформація має бути достатньою та зрозумілою для всіх. Здоров'я – стан повноцінного фізичного, психічного та соціального добробуту, а не лише відсутність хвороб чи фізичних вад (ВООЗ, 1948). Це стан живого організму, за якого всі органи здатні добре виконувати своє призначення. Здоров'я – це найважливіша цінність для кожної людини.

Багато прислів'їв і народних мудростей сказано в його честь. *І неспроста, адже здоровому все по плечу. І лише захворівши, ми починаємо цінувати хороше самопочуття, відсутність болів і нездужання, енергійність і бадьорість.*

Здоров'я – це найважливіша цінність для кожної людини. Багато прислів'їв і народних мудростей сказано в його честь. І неспроста, адже здоровому все по плечу. І лише захворівши, ми починаємо цінувати хороше самопочуття, відсутність болів і нездужання, енергійність і бадьорість.

Загальноприйняте формулювання звучить так: «Інформаційний привід – це неординарна новина, здатна привернути увагу суспільства та викликати підвищену зацікавленість ваших цільових аудиторій». Новина, що містить більш-менш якісний інформаційний привід, має бути потенційно цікавою щонайменше для 30% читачів-телеглядачів-радіослухачів із числа головних цільових аудиторій вашої громади. Звісно, що не слід проводити опитування з приводу кожної новини, але постійно вивчати і знати її потреби вкрай потрібно.

Найчастіше приводом для виступу в медіа є якась подія (захід), що відбувся в громаді. І це певна помилка – сповіщати про те, що вже позаду. Набагато краще, знаючи заздалегідь про заплановане, повідомити про це у форматі анонсу. Так у заході зможуть взяти участь більше зацікавлених мешканців громади, а також з'являється ймовірність, що заходом зацікавляться журналісти, які потім створять і розповсюдять повідомлення на широкий загал. Це не виключає можливості зробити і матеріал про те, як саме відбувалась подія. Тобто один і той самий привід можна використати для створення декількох медійних матеріалів. Наприклад, у вас в громаді заплановане відкриття дитячого майданчику. Спочатку ви анонсуєте початок його роботи (і родини з дітьми приходять в потрібний час, створюючи вам картинку для фото і відео), потім робите стрім (відеотрансляцію в режимі реального часу) чи репортаж з відкриття, а ще за місяць-два можна повернутись до цієї теми, подивитись, чи все там гаразд, опитати мешканців про враження від

користування, безпеку тощо – і зробити розлогий, можливо, навіть аналітичний матеріал. В Україні йде повномасштабна російсько-українська війна, тому інформаційний привід на здоров'я – очевидний.

2.2. Авторська ідея / концепція інформаційного продукту (медіа)

Ще одним важливим елементом кожної сторінки, про який не варто забувати, звичайно ж є:

1. Вибір шаблону сторінки під час створення

Елемент може бути змінений в майбутньому, але краще відразу зробити правильний вибір. Залежно від типу діяльності компанії, налаштуйте вигляд сторінки:

- «Стандарт»;
- «Послуги»;
- «Ресторани і кафе»;
- Компанії;
- «Купівля»;
- «Дитячий майданчик»;
- «Політика»;
- «Купівля»;
- Некомерційна організація.

Якщо ви вирішите змінити зовнішній вигляд існуючого профілю, натисніть кнопку «Редагувати сторінку», натисніть «Редагувати» у полі шаблон і виберіть потрібний варіант.

2. Отримайте свою ділову сторінку правильно

«Зустрічі на одязі»... Потрапляючи на вашу сторінку в перший раз, користувачі відразу оцінюють свій дизайн і робимо висновки.

Пункти оформлення:

1. Стандартний Аватар

На самій сторінці зображення відображається в розширенні 170x170г. Якщо ви публікуєте важливу інформацію або дрібні елементи, завантажте зображення більшого розміру. Відкриваючи Аватар клацанням, відвідувач зможе врахувати всі дрібні деталі, не втрачаючи якості. Оптимальним розміром є 500×500 РН.

2. Стандартне покриття

Цей елемент є більш важливим, оскільки він займає більшу частину екрана. Візуально кожен користувач в першу чергу звертає увагу на кришку.

Таким чином, елемент часто використовується для реклами нових продуктів або послуг у діапазоні. Обкладинка також активується. Якщо ви реклама тут, додати посилання на ваш Опис зображення. Майте на увазі, що заклики до дії значно збільшують кількість кліків. Стандартний розмір 851,315 РН. Оптимальне розширення-1702×630 РН.

3. Переміщення Аватар

Опція підходить тільки для персональних сторінок Facebook. Щоб завантажити анімацію, вам потрібно увійти в Facebook з програми на вашому смартфоні.

- Натисніть на аватар у профілі.
- Виберіть «зняти» або «вибрати» відео:

Нас цікавить рубрика «Некомерційна організація».

РОЗДІЛ 3. ПРОСУВАННЯ ІНФОРМАЦІЙНОГО ПРОДУКТУ

3.1. Канали поширення інформаційного продукту/ платформи оприлюднення

Проаналізувавши сторінку, можна побудувати чітку промо-діяльність.

Facebook вважається еталонною платформою для мета-платформи, з більш ніж 2 мільярдами активних користувачів щомісяця. З цієї причини розробники запускають нові інструменти та опції, щоб задовольнити користувачів. Сьогодні ми розглянемо один з них - Facebook's Distribution Channels, який був випущений у жовтні минулого року і щойно вніс новий поворот у популярну соціальну мережу. Цей інструмент вже був представлений для інших мета-додатків, таких як Instagram і WhatsApp, але ще не для Facebook. Хоча він доступний лише місяць і все ще перебуває в тестовому режимі, він обіцяє бути корисним для багатьох. Він змінить те, як ми взаємодіємо з нашими підписниками та ділимося контентом. Ми неодмінно вивчимо його можливості, характеристики та використання. Лише місяць тому Марк Цукерберг оголосив про запуск каналу трансляції Facebook і Messenger на офіційному акаунті Facebook. Це потужний інструмент публічного обміну повідомленнями, який доповнює каталог Meta і його найпопулярнішу платформу - Facebook. Він доступний на сторінках Facebook і може використовуватися творцями контенту, акторами, співаками та громадськими діячами загалом. Зі спільнотою Facebook для підтримання комунікації та тісної взаємодії. Адміністратори цих сторінок можуть використовувати багато функцій цих каналів мовлення. Наприклад, вони можуть проводити опитування, ділитися інформацією зі спільнотою та слідкувати за закуліссям за допомогою аудіовізуальних матеріалів про процес створення контенту, наприклад, ділитися фотографіями, відео та навіть аудіо- та голосовими нотатками. Це, безумовно, зближує їх з людьми, які цінують і уважно стежать за їхньою роботою. Якщо ви живете в країні, де доступні

канали трансляцій Facebook, у вас є можливість створити канал безпосередньо зі своєї сторінки на платформі. В іншому випадку, ви можете стати членом списку очікування, і ви отримаєте повідомлення, коли ця функція стане доступною. Таким чином, як тільки ви створите канал і надішлете повідомлення, всі користувачі, підписані на цю сторінку, отримають сповіщення про запрошення на канал. Це повідомлення надсилається лише один раз. У цих каналах трансляції повідомлення надсилає лише творець, але учасники, звичайно, можуть взаємодіяти й іншими способами. Наприклад, відповідаючи на повідомлення творця або беручи участь в опитуваннях. У майбутньому нові опції можуть збільшити цю кількість учасників.

Чи безпечно бути частиною цих каналів?

Facebook, Instagram, Messenger та багато інших платформ мають стандарти спільноти. Ці правила встановлені для підтримки порядку, поваги та гармонії. Таким чином, всі види неналежної, образливої або ненависницької поведінки, расизм, гомофобія, ксенофобія та багато інших проблем впливають на спільноти, соціальні меншини та користувачів загалом. Варто зазначити, що якщо ви підключаєтеся до каналу, який будь-яким чином порушує ці суспільні стандарти, ви можете подати скаргу в будь-який час. Ви можете повідомити про конкретний канал або публікацію, яка, на вашу думку, порушує правила. Після подання скарги Мета-група аналізує її і якнайшвидше інформує вас про свій вердикт. Хоча цей інструмент з'явився відносно недавно, його можна використовувати для розповсюдження тексту, відео, аудіо та всіх інших типів контенту серед великої кількості людей. Так само багато компаній, брендів і публічних осіб регулярно інформують своїх підписників про свою діяльність. Звичайно, ви не зобов'язані бути одним з них, якщо не хочете - ви можете знайти доступні групи і створювати групи в спеціальному розділі WhatsApp. Створення та приєднання до каналу є безкоштовним, і ви можете легко видалити канал або припинити участь у ньому.

3.2. Концепція просування контенту

Аудиторія Facebook налічує понад два мільярди активних користувачів. І це вже не просто соціальна мережа, а один із найпотужніших маркетингових інструментів, доступних сьогодні. Просування сторінки у Facebook дозволяє збільшити свою присутність в інтернеті й охопити ширшу аудиторію. Соцмережа має широкий набір інструментів для ефективної реклами товарів і послуг. Але, як і в будь-якій розкрутці, вона має багато нюансів, про які ми розповімо далі.

Для чого просувати щось у Facebook

При правильній стратегії та підході рекламні кампанії в Facebook можуть стати ефективним та економічно вигідним способом досягнення ваших маркетингових цілей. Загалом, рекламні кампанії в Facebook вирішують такі завдання: - залучення трафіку до вашого інтернет-магазину або сайту - підвищення впізнаваності бренду - покращення взаємодії з аудиторією - підвищення лояльності клієнтів. Просуваючи свій бізнес або особистий бренд, ви можете адаптувати рекламу під свою цільову аудиторію, що дозволить вам охопити тільки тих клієнтів, які дійсно зацікавлені у ваших товарах або послугах. Як наслідок, ви можете збільшити свій прибуток.

Кому підходить просування у Facebook

У Facebook ви можете рекламувати що завгодно - від брендів до подій. Платформа пропонує цілий ряд інструментів, які допомагають приватним особам і великим компаніям досягати своїх цілей. Найпоширеніші типи реклами на Facebook: 1. бізнес-сторінки. створіть профіль у Facebook, щоб просувати свій бренд і спілкуватися зі своїми клієнтами. 2. продукти. Якщо ви продаєте товари, акції у Facebook можуть допомогти вам розповісти людям про ваші товари та послуги і залучити трафік на ваш веб-сайт або інтернет-магазин; 3. події. Якщо ви організуєте подію, Facebook може стати чудовою платформою

для її просування. Створивши сторінку події та використовуючи платну рекламу, ви можете охопити ширшу аудиторію та збільшити продажі квитків.4. **Пости.** Якщо у вас є певний пост, який ви хочете прорекламувати, ви можете збільшити його видимість за допомогою просування. Таким чином, ви зможете отримати більше вподобань коментарів та реакцій. Але, звичайно, існують обмеження щодо тематики продуктів, які можна просувати. Наприклад, не можна рекламувати фінансові піраміди, порнографічний контент і тютюнові вироби. Більш детальну інформацію про обмеження можна знайти в рекламних правилах соціальної мережі.

Чи може бізнес використовувати особистий акаунт для просування у Фейсбуці?

Так. З кількох причин. По-перше, згідно з правилами Facebook, особисті акаунти не можна використовувати в комерційних цілях. Якщо ви проігноруєте це правило, вашу сторінку, швидше за все, видалять. По-друге, особисті профілі не мають тих самих функцій та інструментів, що й бізнес-акаунти. І по-третє, використання особистого акаунту може перешкоджати створенню сильної ідентичності бренду. Тому для успішного просування у Facebook необхідно створити окремий бізнес-акаунт. Безумовно, групи у Facebook - чудовий інструмент для взаємодії з однодумцями. Однак вони не підходять для просування з наступних причин:

-- Обмежене охоплення. Більшість груп націлені на невелику аудиторію. Крім того, вони не індексуються пошуковими системами. Навіть за наявності модераторів не завжди можливо відстежити все, що публікується в групі. Крім того, деякий контент може мати негативний вплив на репутацію бренду та просування в цілому. З тих же причин, що і для персональних сторінок, просувати групи складніше. Як наслідок, реклама часто отримує лише незначний відгук. Без цих інструментів дуже складно оцінити якість просування. З огляду на це, краще сконцентруватися на створенні публічної

сторінки, тобто бізнес-акаунта, якщо ви хочете охопити ширшу аудиторію і просувати свій продукт.


ПОЯСНЮВАЛЬНА ЗАПИСКА
Сторінки Фейсбуку з боку споживача

14:24 📶 📶 🔋

← **Ментальне Здоров'я Українців** 🔍

Дописи Світлини

✍️ Написати допис | 📄 Поширити світлину


 **Ментальне Здоров'я Українців** ...
27 лют. · 🌐

Фактори, що впливають на ментальне здоров'я українців

На психологічний стан населення впливають такі фактори:

- Війна – постійний стрес, втрата близьких, руйнування домівок, вимушене переселення.
- Економічні труднощі – зростання безробіття, фінансова нестабільність.
- Соціальна напруга – розлучення сімей, адаптація до нових умов життя.
- Культурні особливості – тр... [Показати більше](#)

👍 🗨️ 💬 ➦

 **Ментальне Здоров'я Українців** ...
27 лют. · 🌐

Ментальне здоров'я – це стан психологічного та емоційного благополуччя, який дає змогу людині справлятися зі стресом, продуктивно працювати та брати участь у житті суспільства.

Останні роки стали для українців випробуванням: війна, еконо... [Показати більше](#)

Головна Відео Друзі Marketplace Сповіщення Меню

14:25



< **Ментальне Здоров'я Українців** 🔍

Дописи

Світлини



Ментальне Здоров'я Українців



оновила обкладинку.

27 лют. · 🌐




Головна

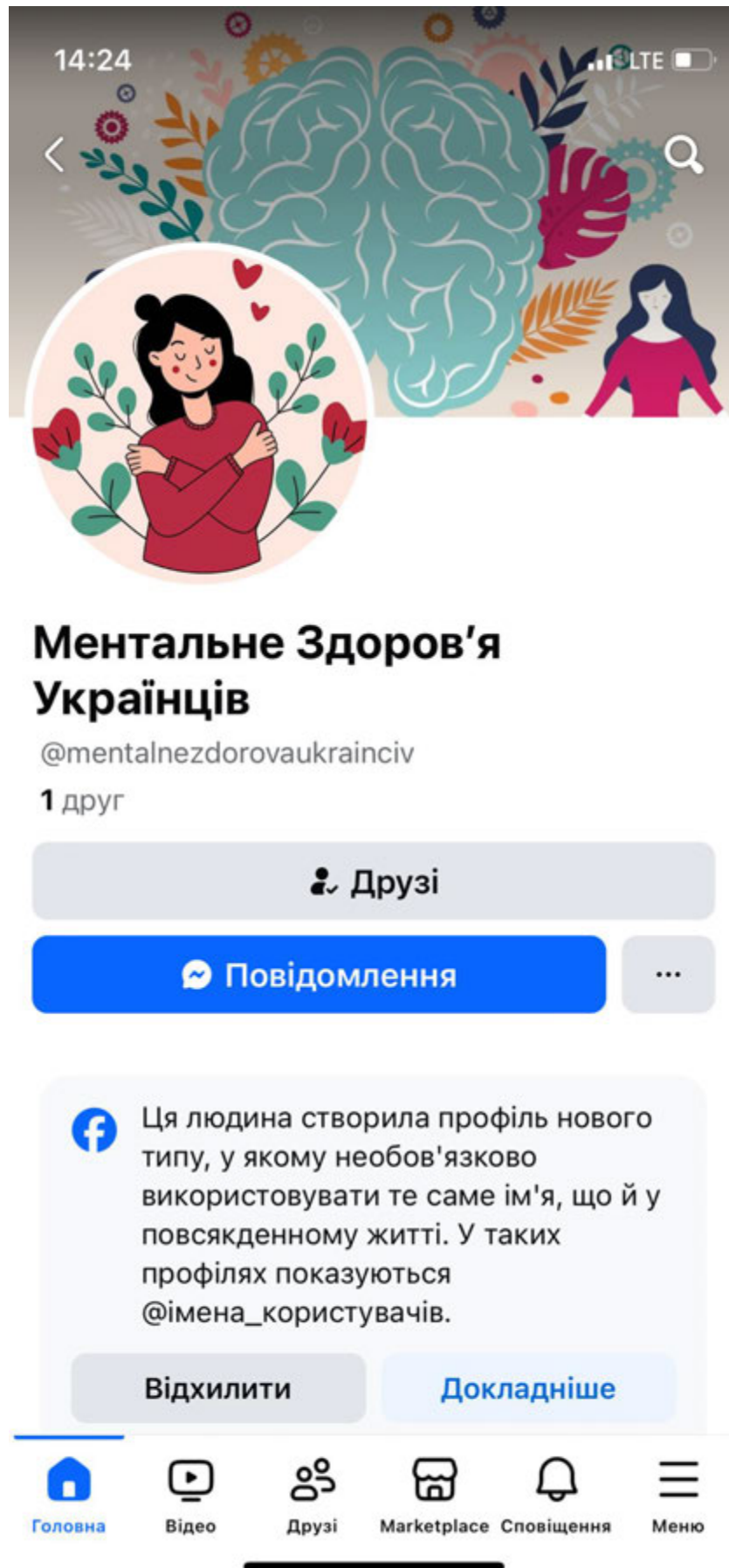

Відео


Друзі


Marketplace


Співіщення


Меню



14:24



< **Ментальне Здоров'я Українців** 🔍

Дописи

Світлини

Написати допис

Поширити світлину

**Ментальне Здоров'я Українців**

27 лют. • 🌐

Фактори, що впливають на ментальне здоров'я українців

На психологічний стан населення впливають такі фактори:

- Війна – постійний стрес, втрата близьких, руйнування домівок, вимушене переселення.
- Економічні труднощі – зростання безробіття, фінансова нестабільність.
- Соціальна напруга – розлучення сімей, адаптація до нових умов життя.
- Культурні особливості – тр... [Показати більше](#)

**Ментальне Здоров'я Українців**

27 лют. • 🌐

Ментальне здоров'я – це стан психологічного та емоційного благополуччя, який дає змогу людині справлятися зі стресом, продуктивно працювати та брати участь у житті суспільства.

Останні роки стали для українців випробуванням: війна, еконо... [Показати більше](#)



Головна



Відео



Друзі



Marketplace



Сповіщення



Меню

14:25



< **Ментальне Здоров'я Українців** 🔍

Дописи

Світлини



Ментальне Здоров'я Українців



оновила основну світлину.

27 лют. • 🌐



Головна



Відео



Друзі



Marketplace



Сповітчення



Меню

ВИСНОВКИ

Сторінки – це місця у Facebook, де митці, громадські діячі, компанії, бренди, організації та некомерційні організації можуть спілкуватися зі своїми шанувальниками та клієнтами. Коли користувач «вподобав» сторінку у Facebook або підписується на сторінку, оновлення з цієї сторінки з'являтимуться в його стрічці новин. Публічні сторінки дозволяють вам офіційно і безпосередньо просувати свої продукти і послуги у Facebook, спрямовуючи і показуючи рекламу цільовій аудиторії, яку можна змінювати до 100 разів, обираючи стать, вік і вподобання користувачів соціальних мереж. Зрештою, мова йде про те, щоб охопити якомога більше клієнтів з мінімальними витратами на рекламу. По-друге, на своїх публічних сторінках ви можете бачити, хто вподобав ваші пости та пости, а також детальну статистику того, на що вони звернули увагу: фото, відео, текстові описи та посилання на ваш сайт... А знаючи свою цільову аудиторію більш чітко, ми можемо запропонувати їй саме те, що їй потрібно.

Ми вивчили питання ментального здоров'я, - проаналізували цілі, завдання Фейсбуку як мережі, визначили процес створення фейсбучної сторінки, дослідити джерела ментального здоров'я, розробили сторінку про ментальне здоров'я у Фейсбуці.

Сторінка «Ментальне здоров'я» є актуальною для українців, оскільки в країні йде повномасштабна війна, всі вікові групи це потребують.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Бакка М. Т. Охорона і безпека життєдіяльності людини [Текст] : конспект лекцій [та ін.] ; Житомирський інженерно-технологічний ін-т. Житомир : Льонок, 1995. 165 с.
2. Бортник Г. Г. Мережі доступу [Текст] : навч. посібник для студ. напряму підготовки 0924- «Телекомунікації» всіх спец. / Г. Г. Бортник [та ін.] ; Вінницький національний технічний ун-т. Вінниця : ВНТУ, 2006. 139 с.
3. Буньківська О. В. Інформаційний простір: соціокультура сутність, стан та проблеми функціонування в Україні [Текст] : автореф. дис... канд. мистецтвознав.: 26.00.01; Київський національний ун-т культури і мистецтв. Київ, 2009. 19 с.
4. Буньківська О. В. Інформаційний простір: соціокультурна сутність, стан та проблеми функціонування в Україні [Текст] : дис. ... канд. мистецтвознав. : 26.00.01 / Буньківська Оксана В'ячеславівна ; Київ. нац. ун-т культури і мистецтв. Київ, 2009. 161 с.
5. Дубас О. П. Інформаційний розвиток сучасної України у світовому контексті: політологічний аналіз [Текст] : дис... канд. політ. наук: 23.00.02 ; НАН України, Ін-т політ. і етнонац. дослідж. Київ, 2004. 235 с.
6. Єжова Л. Ф. Інформаційний маркетинг [Текст] : навч. посіб. / Л. Ф. Єжова ; Київський національний економічний ун-т. Київ : КНЕУ, 2002. 560 с.
7. Інформаційний моніторинг у бібліотеках для дітей [Текст] : метод. рек. / Держ. закл. «Нац. б-ка України для дітей» ; [уклад.: О. Б. Петренко, Т. М. Турбаніст]. Київ : [б. в.], 2011. 20 с.
8. Інформаційний простір: українські реалії [Текст] : матеріали Міжнар. наук.-практ. конф. Київ, 8 груд. 2011 р. / Акад. наук вищ. освіти України, Ін-т журналістики Київ. нац. ун-ту ім. Тараса Шевченка, Нац. спілка журналістів України ; [ред. кол. : Ю. В. Бондар та ін.]. Київ : Експрес-Поліграф, 2012. 143 с.

9. Інформаційний ринок України [Текст] : метод. рек. до практ. занять і самост. роботи студ. спец. 7/8.020105 «Документознавство та інформаційна діяльність» / Нац. авіац. ун-т ; [уклад.: Н. О. Щур та ін.]. Київ : НАУ, 2011. 43 с.

10. Інформаційний сервіс в інтернеті [Текст] : навч. посібник для вищих навч. закл. / В. М. Шейко [та ін.] ; Харківська держ. академія культури. Харків : [б.в.], 1998. 208 с.

11. Литвиненко О. В. Інформаційний простір як чинник забезпечення національних інтересів України [Текст] / О. В. Литвиненко [та ін.] ; Київський ун-т ім. Тараса Шевченка. Інститут міжнародних відносин. Київ : Чорнобильінтерінформ, 1998. 48 с.

12. Ментальне здоров'я особистості та організації [Текст] : [колект.] монографія / за заг. ред. Г. А. Пріба, Л. Є. Бегези ; Акад. праці, соц. відносин і туризму. Київ : Типографія АМГ, 2024. 517 с.

13. Ментальне здоров'я населення Полтавської області [Текст] : колект. монографія / [В. А. Волошин та ін.] ; за ред. А. М. Скрипнікова, Л. О. Герасименко ; Полтав. держ. мед. ун-т, КП «Обл. закл. з надання психіатр. допомоги» Полтав. облради. Полтава : Астроя, 2023. 191 с.

14. Мережі і мережні війни: Майбутнє терору, злочинності та бойових дій [Текст] / пер. з англ. А. Іщенко ; ред. Д. Арквілли, Д. Ронфельдт. Київ : Видавничий дім «Києво-Могилянська академія», 2005. 352 с.

15. Мережі та обладнання широкопasmового доступу за технологіями xDSL [Текст] : навч. посіб. для студ. з напряму підготов. 6050903 «Телекомунікації» / Балашов В. О., Воробієнко П. П., Лашко А. Г., Ляховецький Л. М. ; Одес. нац. акад. зв'язку ім. О. С. Попова. Одеса : Вид. центр ОНАЗ ім. О. С. Попова, 2010. 208 с.

16. Острове́рха Ю. А. Охорона життя і здоров'я учнів та безпека їх життєдіяльності [Текст] : матеріали на допомогу вчителю [та ін]. Львів : Сполом, 1999 . Ч. 1. 1999. 160 с.

17. Охорона громадського здоров'я: управлінські аспекти [Текст] : навч. посіб. / Л. Жаліло [та ін.] ; Українська академія держ. управління при Президентові України. Київ : УАДУ, 2001. 144 с.

18. Охорона життя і здоров'я учнів. 1-11 класи [Текст] : програми для загальноосвітніх шкіл / Головне управління загальної середньої освіти ; упоряд. Київ : Перун, 1996. 45 с.

19. Охорона здоров'я в Україні [Текст] : нормативно-правові акти / Львів. регіональний ін-т держ. упр. Нац. акад. держ. упр. при Президентові України ; упоряд. О. С. Киричук, Я. Й. Малик. Львів : ЛРІДУ НАДУ, 2004. 228 с.

20. Охорона здоров'я України: результати діяльності (щорічна доповідь, 1999 рік) [Текст] / заг. ред. В. Ф. Москаленко ; Український ін-т громадського здоров'я. Київ : Здоров'я, 2000. 511 с.

21. Охорона здоров'я в регіонах: влада і громада. Дослідження політики стосовно охорони здоров'я в Україні [Текст] : зб. матеріалів / О. Корвецький [та ін.] ; заг. ред. М. Тищук. Одеса : Ка-До, 2007. 115 с.

22. Пінтер Ж. Ментальне та духовне здоров'я спортсменів в контексті інтеграції релігії та спорту: роль спортивного капелана в системі підготовки спортсменів [Текст] : автореф. дис. ... д-ра філософії в галузі богослов'я : 09.00.14 ; Ужгород. укр. богослов. акад. Ужгород, 2022. 20 с.

23. Резніченко Н. Ю. Охорона здоров'я дітей і жінок в Україні: законодавство, стан здоров'я, шляхи вдосконалення [Текст] / Н. Ю. Резніченко [и др.]. Запоріжжя : Просвіта, 2007. 186 с.

24. Сошніков, А. О. Ментальне покликання української філософії в контексті соціокультурної репрезентації збережених смислів [Текст]. Харків : Майдан, 2003. 142 с.

25. Стоун О., Чен А. Ментальне здоров'я: дев'ять порад від буддистських монахів для душевного спокою і усвідомленого життя [Текст] : книга, яка дарує

спокій, гармонію та рівновагу; [пер. з англ. Станіч В. С.]. Київ : ОВК, 2024. 115 с.

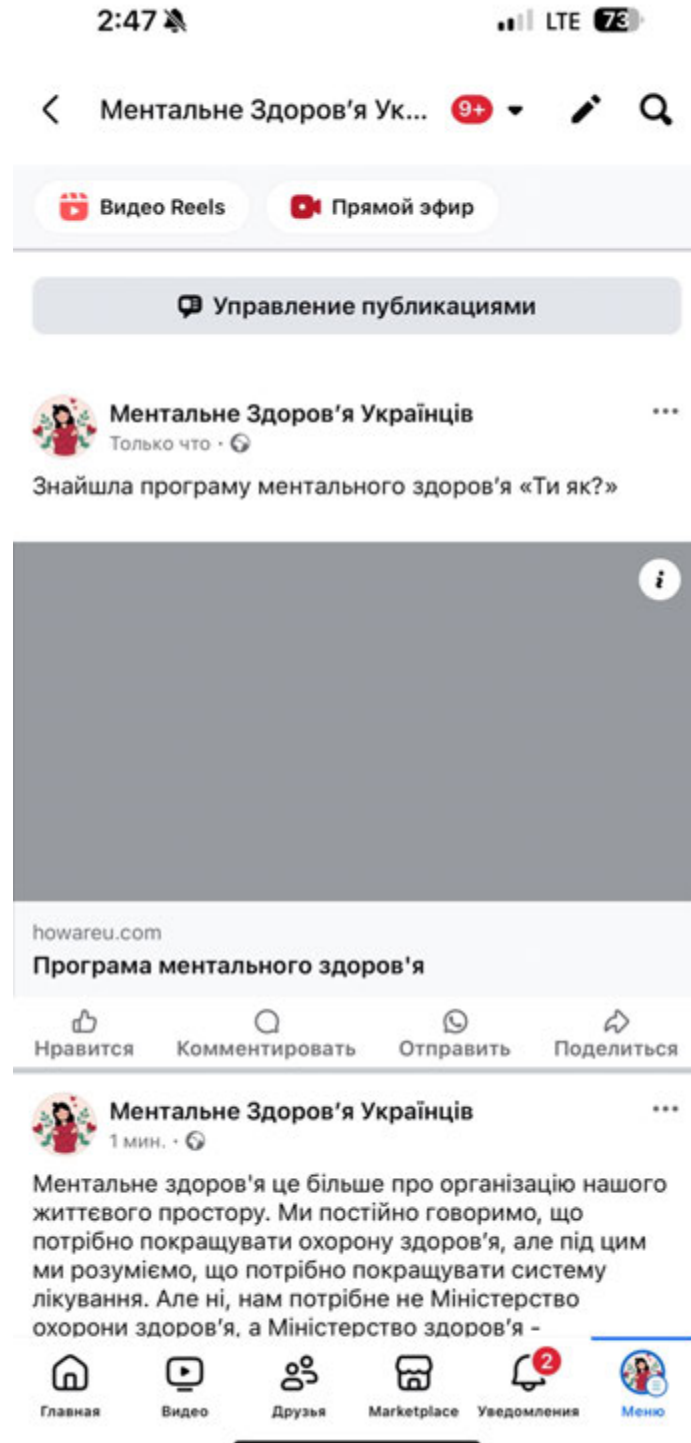
26. Тищенко М. П. Інформаційний сектор в трансформаційній економіці [Текст] : автореф. дис. ... канд. екон. наук : 08.00.01; ДВНЗ «Київ. нац. екон. ун-т ім. В. Гетьмана». Київ, 2010. 19 с.

27. Ткаченко І.В. Охорона здоров'я в Україні в роки нової економічної політики: соціально-історичний аспект [Текст] : автореф. дис... канд. іст. наук: 07.00.01; Черкаський національний ун-т ім. Богдана Хмельницького. Черкаси, 2009. 20 с.

28. Фундига О. І. Охорона життя і здоров'я дітей. Робочий зошит. 3(2) клас [Текст] Тернопіль : Навчальна книга Богдан, 1999. 48 с.



ДОДАТКИ

Фото сторінок з боку організатора



2:48

LTE 73

< Ментальне Здоров'я Ук... 9+  



Ментальне Здоров'я Українців

2 мин. 

Ментальне здоров'я це більше про організацію нашого життєвого простору. Ми постійно говоримо, що потрібно покращувати охорону здоров'я, але під цим ми розуміємо, що потрібно покращувати систему лікування. Але ні, нам потрібне не Міністерство охорони здоров'я, а Міністерство здоров'я - ментального в тому числі.

Тобто акцент в державних політиках має бути на профілактиці, на здоровому середовищі, на впевненості українців у майбутньому, у створенні середовища сприятливого для розкриття потенціалу людини. Wellbeing на державному рівні.

В тому числі, це означає створення простору, формування особистої адаптації, життєвого простору та власного життєвого циклу, щоб мінімізувати передумови виникнення проблем для фізичного та психічного здоров'я.

Чи оцифроване в державі відстеження та моніторинг психічного стану громадян? Поки що ні. Ми лише зараз запропонували ідею відстеження впливу психічних розладів на економіку. І за попередніми оцінками, це приблизно мінус 10% GVA (загальної доданої вартості). Отже, якщо ми втратили загалом 30% доданої вартості. То з них приблизно 12% ми втратили через фізичні втрати бізнесу, 8% через витік бізнесу за межі України та 10 через зниження продуктивності внаслідок проблем з ментальним здоров'ям.

Це дуже високий показник. І зараз ми не відігруємось - у нас на жаль ситуація не покращується. Навіть навпаки - ділова активність частково повертається, але продуктивність знижується. Саме через погіршення ментального здоров'я. Відповідно, це впливає на бізнес і додану вартість. В нашій країні зараз це має бути тема номер два після посилення обороноздатності.



Главная



Видео



Друзья



Marketplace





Уведомления



Меню

2:48

LTE 72

< Ментальне Здоров'я Ук... 9+  

Серед підприємців постійно лунають скарги про те, що команди демотивовані, самі підприємці також демотивовані і не бачать жодних покращень умов для ведення бізнесу. Відповідно на фоні прагнення підвищення ділової активності мотивація людей падає.

 Нравится  Комментировать  Отправить  Поделиться



Ментальне Здоров'я Українців

27 февр. · 

...

Фактори, що впливають на ментальне здоров'я українців

На психологічний стан населення впливають такі фактори:

- Війна – постійний стрес, втрата близьких, руйнування домівок, вимушене переселення.
- Економічні труднощі – зростання безробіття, фінансова нестабільність.
- Соціальна напруга – розлучення сімей, адаптація до нових умов життя.
- Культурні особливості – традиція «терпіти» та уникати звернення за психологічною допомогою.

Основні проблеми ментального здоров'я в Україні

Через перелічені фактори серед українців поширені такі психічні розлади:

- Депресія – почуття апатії, втрата інтересу до життя.
- Тривожні розлади – постійне відчуття небезпеки, панічні атаки.
- Посттравматичний стресовий розлад (ПТСР) – наслідки пережитих травматичних подій.
- Вигоряння – особливо серед військових, волонтерів, лікарів та вчителів.

Стереотипи та бар'єри в суспільстві

Попри серйозність проблем, українці часто не



Главная



Видео



Друзья



Marketplace



Уведомления



Меню

2:48

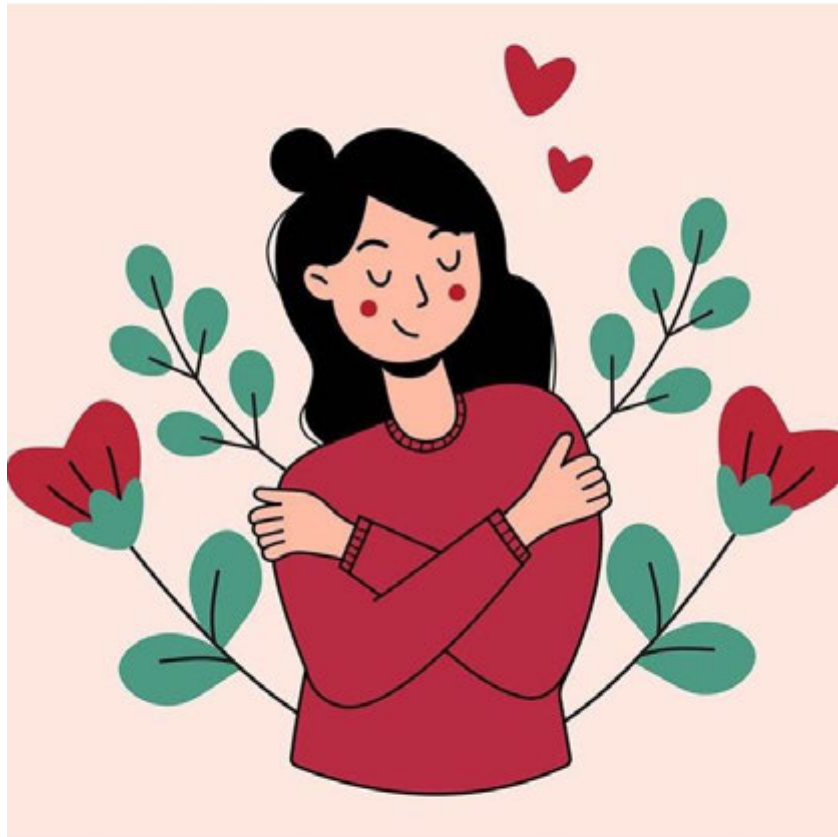
LTE 72

Ментальне Здоров'я Ук... 9+



Нравится Комментировать Отправить Поделитьсяя

Ментальне Здоров'я Українців **обновила** фото профіля.
27 февр. ·



Нравится Комментировать Отправить Поделитьсяя

Ментальне Здоров'я Українців **обновила** фото обложки.
27 февр. ·



Главная Видео Друзья Marketplace Уведомления 2 Меню

