

УДК 349.3:364-7

DOI <https://doi.org/10.32782/2707-0409.2025.2.17>

Суровцева І. Ю.

кандидат історичних наук, доцент,
доцент кафедри соціології та соціальної роботи
Державний вищий навчальний заклад
«Приазовський державний технічний університет»
e-mail: syrovceva_i_u@pstu.edu
ORCID ID: 0000-0002-7909-0103

ІНФОРМАЦІЙНО-РОЗ'ЯСНЮВАЛЬНА ТА РЕКЛАМНА ДІЯЛЬНІСТЬ ЯК КОМУНІКАТИВНІ СТРАТЕГІЇ СУБ'ЄКТІВ НАДАННЯ СОЦІАЛЬНИХ ПОСЛУГ

У статті розкрито концептуальні положення інформаційно-роз'яснювальної роботи у системі надання соціальних послуг. Констатовано, що з переходом в інформаційне суспільство постає необхідність широкої обізнаності пересічних громадян про різнобічні послуги в рамках формування сервісної держави. Важливо розглядати інформування як наскрізний підхід для забезпечення доступності громадян до соціальних послуг. Зазначено, що інформування населення про перелік соціальних послуг, їхній зміст і порядок надання у формі, доступній для сприйняття особами з будь-яким видом порушення здоров'я, покладається на уповноважені органи системи надання соціальних послуг. Право громадян на доступну соціальну інформацію реалізується низкою нормативно-правових актів міжнародного та національного рівнів. Проаналізовано стан та проблеми інформаційного забезпечення системи надання соціальних послуг. Розглянуто труднощі у інформаційно-роз'яснювальній роботі з населенням щодо соціальної підтримки. Зазначено різнобічні засоби з інформаційно-рекламної соціальних служб. Популяризація соціальних послуг у ЗМІ розглядається як ефективний механізм реформування соціальної сфери.

Ключові слова: соціальні послуги, інформування населення, законодавче регулювання, надавачі соціальних послуг, інформаційно-рекламна робота.

Постановка проблеми. Інформування населення про соціальні послуги є реалізацією більш масштабного принципу «доступності публічних послуг» і визначається як систематична робота з поширення інформації через усі доступні канали інформування, тобто способи донесення інформації (власні інформаційні ресурси, ЗМІ, телефонні лінії, консультативна робота тощо). Ця діяльність спрямована як на громадськість загалом, так і на певний її сегмент або окремих індивідів, що фактично являє собою налагодження комунікації між місцевою владою та громадою [2].

Сучасні соціологічні дослідження фіксують такі проблемні зони інформування громадськості щодо надання соціальних послуг [6]:

– недостатня обізнаність населення: багато людей не знають про наявні соціальні послуги та свої права на них;

– проблеми з комунікацією: відсутність детальної інформації про послуги та процедури їхнього отримання ускладнює доступ до соціальної підтримки.

Українські дослідники визначають особливе значення інформаційної роботи як інвестиції в соціальний розвиток громади, результатом якої за умови систематичного підходу стане згуртованість громади, мінімізація конфліктного потенціалу та розв’язання кризових питань взаємодії в трикутнику «влада – громадянська – громадяни» [2].

Отже, проблема пошуку адекватних механізмів модернізації інформування населення з боку суб’єктів надання соціальних послуг відповідно до потреб населення є надзвичайно актуальною.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Проблема інформаційно-рекламного забезпечення надання соціальних послуг в територіальних громадах отримала висвітлення в наукових публікаціях українських дослідників.

Теоретико-методологічне підґрунтя складають наукові праці таких українських вчених, як К. Дубич, О. Кравченко, Е. Лібанова, В. Николаєва, Т. Семигіна, Г. Слозанська, у яких розкрито концептуальні положення реалізації державної соціальної політики та публічного керування системою соціального обслуговування, здійснення інформаційно-роз’яснювальної роботи та надання соціальних послуг.

Удосконалення системи інформаційної діяльності суб’єктів соціальної роботи отримало відображення в публікаціях науковців Н. Горішної, О. Іванової, В. Костіної, В. Чалик. Дослідники виділяють різноманітні аспекти щодо обізнаності населення про соціальні послуги, що пропонуються. Так, про важливість інформаційно-рекламної роботи соціальних служб йдеться у публікаціях Ю. Бриндікова, І. Трубавіної, Т. Хлівнюк.

Мета статті полягає в обґрунтуванні особливостей інформаційно-роз’яснювальної та рекламної діяльності суб’єктів надання соціальних послуг.

Результати дослідження. В умовах переходу від патерналістської до ринково орієнтованої моделі соціально-економічного розвитку України набуває особливої актуальності проблема посилення інформаційної обізнаності населення щодо соціальних прав та отримання соціальних послуг. Інформаційно-роз’яснювальна соціальна робота, за визначенням І. Трубавіної, є шляхом реалізації інформаційного підходу до захисту прав людини, який пропагує ООН, оскільки знання прав людини допомагає їх не зневажати [7].

Згідно із ЗУ «Про соціальні послуги», отримувачі соціальних послуг як об’єкти соціальної роботи (а все населення виступає умовно як потенційні отримувачі соціальних послуг) мають право на:

– отримання від суб’єктів системи надання соціальних послуг повної та вичерпної інформації про свої права, обов’язки, порядок і умови надання соціальних послуг у формі, доступній для сприйняття особами з будь-яким видом порушення здоров’я;

- конфіденційність інформації особистого характеру, що стала відома суб'єктам системи надання соціальних послуг;
- доступ до інформації, що міститься в особовій справі індивіда як отримувача послуги.

Як зазначають О. Іванова та М. Лебідь, інформувати потрібно всі категорії, які мають право на отримання певних послуг, або їхніх представників (наприклад, батьків або законних представників дітей, опікунів/піклувальників), а також тих, хто потенційно може потребувати таких послуг у майбутньому [1].

На суб'єктів надання соціальних послуг покладена низка обов'язків у сфері інформаційно-роз'яснювальної та рекламної діяльності.

До повноважень районних, районних у містах Києві та Севастополі державних адміністрацій, виконавчих органів міських рад міст обласного значення, рад територіальних громад у сфері соціальних послуг належать [5]:

- інформування населення про перелік соціальних послуг, їхній зміст і порядок надання у формі, доступній для сприйняття особами з будь-яким видом порушення здоров'я;
- збір, аналіз та поширення відповідно до законодавства інформації щодо надання соціальних послуг, сприяння впровадженню кращого досвіду надання соціальних послуг.

Провайдери-надавачі соціальних послуг повинні інформувати населення загалом та кожного отримувача соціальних послуг зокрема про перелік соціальних послуг, які вони надають, зміст та обсяги таких послуг, умови та порядок їх отримання у формі, доступній для сприйняття особами з будь-яким видом порушення здоров'я; не розголошувати інформацію особистого характеру, що стала їм відома під час надання соціальних послуг.

Інформаційно-рекламна діяльність суб'єктів надання соціальних послуг являє собою сукупність заходів, спрямованих не лише на інформування потенційних споживачів про доступні соціальні послуги, але й на формування позитивного іміджу надавача та залучення клієнтів для отримання цих послуг, використовуючи як комерційну, так і соціальну рекламу, а також різні цифрові й традиційні канали комунікації. Важливою складовою частиною цих заходів є просвітницьке поширення знань про права громадян на соціальну підтримку через інформування про гарантії, передбачені Конституцією України та законодавством, а також про доступні механізми захисту цих прав.

В умовах війни фахівці із соціальної роботи розширюють напрями своєї діяльності, збільшується частка вразливих категорій населення, з'являються нові підходи та нові методи інформаційної роботи з клієнтами. Підвищення доступності послуг для усіх категорій населення наступними роками буде відбуватися переважно шляхом цифровізації електронних публічних послуг [8]. Цю тенденцію можна розглядати як цифровий маркетинг – форму сучасного маркетингу, яка використовує цифрові технології, такі як інтернет та його канали, для просування

послуг. Однак, незважаючи на широку асоціацію з комерційними організаціями, цифровий маркетинг став універсальним інструментом, який використовується установами по всьому світу, незалежно від його форми.

Наразі суб'єктами Єдиної інформаційної системи соціальної сфери є Міністерство соціальної політики, сім'ї та єдності України, підприємства, установи та організації, що належать до сфери управління Мінсоцполітики, Пенсійний фонд України та його територіальні органи, Національна соціальна сервісна служба та її територіальні органи, Державна служба у справах дітей, Фонд соціального захисту осіб з інвалідністю та його територіальні відділення, місцеві органи виконавчої влади та органи місцевого самоврядування, надавачі будь-яких видів соціальної підтримки.

Розглянемо основні форми та канали інформаційно-роз'яснювальної діяльності суб'єктів надання соціальних послуг (табл. 1).

Таблиця 1

Основні форми та канали інформаційно-роз'яснювальної діяльності суб'єктів надання соціальних послуг

Рекламно-інформаційні матеріали	– Брошури, листівки, плакати – короткий виклад про послуги, місце розташування, контактні дані; – публікації в місцевих ЗМІ – статті, інтерв'ю, оголошення у газетах і на радіо.
Онлайн-комунікація	– Офіційні сайти суб'єктів соціальних послуг – публікуються новини, анонси заходів, умови надання послуг; – соціальні мережі – сторінки у Facebook, Instagram, Telegram для оперативного спілкування та інформування; – цифрові платформи громади – розділи з інформацією про соціальні послуги, інтерактивні мапи, форми звернень.
Візуальна реклама	Банери, білборди, інформаційні стенди в громадських місцях: ЦНАПах, лікарнях, школах, транспорті.
Пряме інформування	– Презентації, тренінги, «дні відкритих дверей» – проводяться у громадах для безпосереднього знайомства з послугами; – консультації на виїзді – особливо актуальні для віддалених сіл та маломобільних груп населення.
Співпраця з іншими установами	Розміщення інформації через школи, лікарні, бібліотеки, церковні громади, громадські та благодійні організації.

Комбіноване використання сучасних каналів ЗМІ дає змогу ефективно поінформувати жителів громади про соціальну підтримку. Серед власних доступних і умовно безкоштовних власних каналів комунікації під час війни можна виділити такі:

- сайт громади (деякі розділи приховані через безпеку);
- групи та сторінки у соцмережах (Facebook, Instagram);
- месенджери (Viber, Telegram);

- подкасти на радіо,
- YouTube-канали;
- зовнішні носії (стенди, інфодошки) в адмінбудівлях, ЦНАП та громадських місцях.

Однак варто зосереджуватися не лише на електронних каналах донесення інформації. В інформуванні необхідно дотримуватися принципів інклюзії, щоб усі групи мешканців громади мали доступ до інформації. Фахівці радять розміщувати інформацію на таких носіях: приміщення місцевої ради; зупинки громадського транспорту; комунальні підприємства; заклади освіти та медицини; банки; ринки; пошта; клуби й бібліотеки; магазини, аптеки, заклади громадського харчування; церкви, мечеті, синагоги, доми молитви; під'їзди тощо.

Задля ефективної інформаційно-просвітницької діяльності щодо вирішення соціальних проблем на сучасному етапі стали залучатися бібліотечно-інформаційні мережі. Сьогодні бібліотеки відіграють ключову роль у створенні доступних та інклюзивних середовищ для різних категорій громади. Закордонний досвід свідчить про те, що колаборація бібліотечних та соціальних працівників (Library social work) відкрила доступ до широкого спектру послуг: від допомоги у працевлаштуванні до підтримки психічного здоров'я.

Для проведення більш масштабних заходів, зокрема інформаційних кампаній, вкрай необхідні макетування і друк інформаційної продукції (листівки, плакати, вивіски, бюлетені, банери тощо); проведення публічних заходів, інформаційних акцій; створення промоційних відео та презентацій; послуги тренерів, дизайнерів, операторів, інших спеціалістів.

Прикладом інформаційної роботи з надання соціально-медичних послуг мультидисциплінарною командою можуть служити відеороліки, виготовлені в рамках заходів Цільової програми «Громадське здоров'я» на 2022–2025 рр. Практичний путівник «Як допомогти рідним подолати ігрову залежність», який розробила Комісія з регулювання азартних ігор та лотерей, може стати корисним інструментом для тих, хто прагне допомогти своїм близьким подолати ігрову залежність, та сприяє інформуванню громадськості про наявні способи підтримки.

Співпраця із ЗМІ - проведення спеціальних навчальних семінарів, тренінгів для працівників ЗМІ задля поглиблення їхніх знань у сфері перспектив розвитку соціальної політики та соціальної роботи;

- проведення пресконференцій, брифінгів на конкретну соціальну тематику;
- проведення засідань прес- та медіаклубів;
- підготовка та розсилка пресрелізів після проведення заходів та акцій, регулярних інформаційних бюлетенів;
- підготовка рекомендацій фахівців, як ліпше поводитися з об'єктами медіаповідомлень, щоб зайвий раз не травмувати людей і не викликати до них стигматизуючого ставлення;

– підготовка інформації про приклади позитивного досвіду соціальної роботи, відпрацьовані в інших країнах моделі соціальної допомоги.

У розділі «Життя» журналісти Української правди розповідають про реформи соціальної сфери, діяльність соціальних служб. Наприклад, «УП. Життя» поговорила з кількома студентками Університету третього віку, що працює при центрі соціальних служб і послуг у Вараші на Рівненщині [9]. На шпальтах онлайн-ресурсів можна знайти висвітлення найкращих практик підтримки та цікавий досвід соціального партнерства у сфері надання соціальних послуг. Безперечним лідером в цій галузі є благодійний фонд «Карітас».

Цікаві заходи проводяться соціальними працівниками в межах Міжнародного дня боротьби за ліквідацію насильства щодо жінок, Дня прав людини, соціальної акції «16 днів активності проти гендерного насильства», головним завдання яких є привернення уваги громадськості до двох актуальних проблем – запобігання, протидії домашньому насильству та торгівлі людьми. Ці заходи передбачають активізацію діяльності державних установ та громадських об'єднань щодо захисту прав людей.

Популяризація певних соціальних послуг відбувається через реалізацію міжнародних проєктів. Основними напрямками та видами діяльності в рамках проєктів виступають такі:

- проведення семінарів, тренінгів для фахівців соціальної сфери, представників громадських організацій, волонтерів, які працюють у територіальних громадах;
- розроблення, апробація та видання методичних матеріалів;
- проведення курсів підвищення кваліфікації для практиків соціальної сфери;
- організація роботи ресурсних та консультаційних центрів;
- створення та функціонування мобільно-консультаційних груп при ресурсних і консультаційних центрах;
- розроблення та апробація інноваційних моделей надання соціальних послуг дітям і сім'ям у громаді;
- організація круглих столів задля налагодження партнерства між державними та неурядовими організаціями.

Так, наприклад, проєкт «Родина для кожної дитини: розвиток сімейного патронату», що виконується спільно Дитячим фондом ООН (ЮНІСЕФ), Партнерством «Кожній дитині», Міністерством соціальної політики, сім'ї та єдності України, Координаційним центром з розвитку сімейного виховання та догляду дітей, Національною соціальною сервісною службою України, службою у справах дітей, покликаний популяризувати послугу сімейного патронату та збільшити кількість патронатних сімей в Україні. Громадам допоможуть організувати заходи з популяризації патронату і розвитку сімейних форм виховання [4].

Інформаційне суспільство вимагає від фахівців із соціальної роботи постійного самовдосконалення та оновлення інформаційної компетентності. Так, наступний приклад демонструє можливості використання штучного інтелекту в соці-

альній сфері. Працівники Київського міського центру соціальних служб взяли участь у семінарі «AI-навігатор: візуалізація, дані, інформація», що відбувався в Управлінні гендерної рівності КМДА. За підтримки тренерської команди разом з представниками інших комунальних та державних установ ФСР поринули у світ штучного інтелекту (AI), який може стати доступним інструментом для комунікації, аналітики, планування, презентацій, креативу, документообігу в соціальній сфері. Тренери неодноразово підкреслювати роль людини «на вході та на виході інформації» та закликали розвивати критичне мислення. Актуальними є питання інформаційної безбар'єрності та інформаційних стереотипів, «субтитрування» та «сурдоозвучення».

Отже, повномасштабне вторгнення показало важливість побудови прозорості та відкритої комунікації соціальних служб з населенням, надання чіткої та правдивої інформації, а також формування сталих і надійних каналів та мереж передачі соціальних даних.

Висновки та перспективи подальшого дослідження. Діяльність органів державної влади, місцевого самоврядування, надавачів соціальних послуг з різних секторів, залучення різноманітних міжнародних та зарубіжних партнерів неможлива без інформаційної обізнаності як населення, так і надавачів соціальних послуг. Розширення поінформованості населення щодо надання соціальних послуг складає окремий напрям діяльності соціальних служб. В умовах воєнного стану особливої актуальності набуває посилення інформаційної роботи серед населення щодо їхніх прав на соціальні послуги, доступних варіантів підтримки й можливостей подання скарг і пропозицій. Це можна забезпечити через створення спеціальних платформ, гарячих ліній або проведення інформаційних кампаній.

Список використаних джерел і літератури

1. Іванова О., Лебідь М. Доступне інформування про соціальні, реабілітаційні та адміністративні послуги. 2022. URL: https://usif.ua/images/news/2022_04_18/AccessibleInfo_v04.pdf (дата звернення: 19.09.2025).
2. Інформування населення в кризових умовах. Залучення жителів громад до процесів відбудови: посібник для органів місцевого самоврядування. 2023. URL: https://decentralization.ua/uploads/library/file/901/PROSTO_Manual_Informing_residents_in_a_crisis_book_web_16112023.pdf (дата звернення: 09.09.2025).
3. Клос Л., Джавадян О.-М. Соціальна реклама як приклад сучасної практики соціальної роботи в Україні. *Social Work and Education*. 2021. № 8 (2). С. 190–203. <https://doi.org/10.25128/2520-6230.21.2.5> (дата звернення: 12.09.2025).
4. Офіційний сайт Міністерства соціальної політики України. URL: <https://www.msp.gov.ua/timeline/Formuvannya-zhittestiykosti-.html> (дата звернення: 19.09.2025).
5. Про затвердження Методичних рекомендацій щодо інформування населення про соціальні послуги: Наказ Міністерства соціальної політики від 28 жовтня 2014 р. № 828. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/rada/show/v0828739-14#Text> (дата звернення: 10.09.2025).
6. Семигіна, Т., Слезанська, Г., Столярик, О. Класифікація та стандартизація соціальних послуг: міжнародний та український досвід. Аналітичний матеріал. Київ: ПРООН, 2024 274 с.

URL: https://www.undp.org/sites/g/files/zskgke326/files/2024-12/analit_robota_ksp.pdf (дата звернення: 09.09.2025).

7. Трубавіна І., Куратченко І. Методичні рекомендації до організації проведення інформаційно-роз'яснювальної соціальної роботи для внутрішньо-переміщених осіб. Бердянськ, 2017. 19 с. URL: https://www.pedagogic-master.com.ua/2022/Trubavina_4.pdf (дата звернення: 20.09.2025).

8. Хлівнюк Т., Кіріяк А. Соціальна інклюзія в контексті цифровізації: можливості та ризики для соціальної держави. *Психологія та соціальна робота*. 2024. Вип. 2 (60). URL: <https://journals.onu.in.ua/index.php/psy/article/view/226/214> (дата звернення: 12.09.2025).

9. Швець В. Як не загубити себе з виходом на пенсію: досвіди жінок, які знайшли нову опору. URL: <https://life.pravda.com.ua/society/yak-ne-zagubiti-sebe-z-vihodom-na-pensiyu-dosvidi-zhinok-yaki-znayshli-novu-oporu-309571> (дата звернення: 19.09.2025).

10. Stanfield D., Beddoe L. Social work and the media: a collaborative challenge. *Aotearoa New Zealand Social Work*. 2013. № 25 (4). P. 41–51. URL: https://www.researchgate.net/publication/262728703_Social_work_and_the_media_A_collaborative_challenge (дата звернення: 09.09.2025).

References

1. Ivanova, O., & Lebid, M. (2022). *Dostupne informuvannia pro sotsialni, reabilitatsiini ta administrativni posluhy* [Accessible information about social, rehabilitation and administrative services]. Retrieved from https://usif.ua/images/news/2022_04_18/AccessibleInfo_v04.pdf [in Ukrainian].

2. *Informuvannia naseleennia v kryzovykh umovakh. Zaluchennia zhyteliv hromad do protsesiv vidbudovy: posibnyk* (2023) [Informing the population in crisis conditions. Involving community residents in reconstruction processes: a manual]. Retrieved from https://decentralization.ua/uploads/library/file/901/PROSTO_Manual_Informing_residents_in_a_crisis_book_web_16112023.pdf [in Ukrainian].

3. Klos, L., Dzhavadian, O.-M. (2021). Sotsialna reklama yak pryklad suchasnoi praktyky sotsialnoi roboty v Ukraini [Social advertising as an example of modern social work practice in Ukraine]. *Social Work and Education*, 8(2), 190–203. Retrieved from <https://doi.org/10.25128/2520-6230.21.2.5> [in Ukrainian].

4. Ofitsiynyi sait Ministerstva sotsialnoi polityky Ukrainy [Official website of the Ministry of Social Policy of Ukraine]. Retrieved from <https://www.msp.gov.ua/timeline/Formuvannya-zhittestiykosti.html> [in Ukrainian]

5. Pro zatverdzhennia Metodychnykh rekomendatsii shchodo informuvannia naseleennia pro sotsialni posluhy: Nakaz Ministerstva sotsialnoi polityky vid 28.10.2014 r. № 828 [On approval of Methodological recommendations for informing the population about social services]. *zakon.rada.gov.ua*. Retrieved from <https://zakon.rada.gov.ua/rada/show/v0828739-14#Text> [in Ukrainian].

6. Semyhina, T., Slozanska, H., & Stoliaryk, O. (2024) *Klasyfikatsiia ta standartyzatsiia sotsialnykh posluh: mizhnarodnyi ta ukraïnskyi dosvid. Analitychnyi material* [Classification and standardization of social services: international and Ukrainian experience. Analytical material]. Retrieved from https://www.undp.org/sites/g/files/zskgke326/files/2024-12/analit_robota_ksp.pdf [in Ukrainian].

7. Trubavina, I., & Kuratchenko, I. (2017). *Metodychni rekomendatsii do orhanizatsii provedennia informatsiino-roziasniuvalnoi sotsialnoi roboty dlia vnutrishno-peremishchenykh osib* [Methodological recommendations for organizing information and explanatory social work for internally displaced persons]. Berdiansk. Retrieved from https://www.pedagogic-master.com.ua/2022/Trubavina_4.pdf [in Ukrainian].

8. Khlivniuk, T., & Kiriak, A. (2024). Sotsialna inkluziia v konteksti tsyfrovizatsii: mozhlyvosti ta ryzyky dlia sotsialnoi derzhavy [Social inclusion in the context of digitalization: opportunities and risks for the social state]. *Psykhologhiia ta sotsialna robota*. 2 (60). Retrieved from <https://journals.onu.in.ua/index.php/psy/article/view/226/214> [in Ukrainian]
9. Shvets, V. (2025). Yak ne zahubyty sebe z vykhodom na pensiiu: dosvidy zhinok, yaki znayshly novu oporu [How not to lose yourself in retirement: experiences of women who found new support]. Retrieved from <https://life.pravda.com.ua/society/yak-ne-zagubiti-sebe-z-vihodom-na-pensiyu-dosvidi-zhinok-yaki-znayshli-novu-oporu-309571> [in Ukrainian].
10. Stanfield, D., Beddoe, L. (2013). Social work and the media: A collaborative challenge. *Aotearoa New Zealand Social Work*, 25 (4), 41–51. Retrieved from https://www.researchgate.net/publication/262728703_Social_work_and_the_media_A_collaborative_challenge [in English]

Surovtseva I. Yu.

Candidate of Historical Sciences,

Associate Professor at the Department of Sociology and Social Work

State Higher Education Institution “Pryazovskyi State Technical University”

INFORMATION, EXPLANATORY AND ADVERTISING ACTIVITIES AS COMMUNICATION STRATEGIES OF SOCIAL SERVICE PROVIDERS

The article reveals the conceptual provisions of information and explanatory work in the system of social services provision. It is stated that with the transition to an information society, there is a need for broad awareness of ordinary citizens about diverse services within the framework of the formation of a service state. It is important to consider information as an end-to-end approach to ensuring citizens' accessibility to social services. It is indicated that informing the population about the list of social services, their content and the procedure for providing them in a form accessible to persons with any type of health impairment is entrusted to the authorized bodies of the social services provision system. The right of citizens to accessible social information is implemented by a number of regulatory legal acts of the international and national level. The state and problems of information support of the social services provision system are analyzed. Difficulties in information and explanatory work with the population regarding social support are considered. Versatile means of information and advertising of social services are indicated. Popularization of social services in the media is considered as an effective mechanism for reforming the social sphere.

Key words: social services, public information, legislative regulation, social service providers, information and advertising work.

Дата надходження статті: 29.09.2025

Дата прийняття статті: 24.10.2025

Опубліковано: 26.11.2025

