

УДК 351.851

DOI <https://doi.org/10.32782/pdau.pma.2024.1.6>

РОЛЬ ТА ЗНАЧЕННЯ ЛАЙФХАКІНГУ В САМОМЕНЕДЖМЕНТІ ПУБЛІЧНОГО СЛУЖБОВЦЯ

Шупта Ірина Миколаївна,

кандидат педагогічних наук, доцент,

доцент кафедри публічного управління та адміністрування

Полтавського державного аграрного університету

ORCID ID: 0000-0002-8770-5198

У статті увагу автора зосереджено на відносно новій проблемі у сфері менеджменту, а саме: застосування лайфхакінгу в самоменеджменті публічного службовця. Лайфхакінг як комплекс заходів, спрямованих на полегшення життя, та таких, що дозволяють переосмислити складні повсякденні закони для отримання бажаного результату, можна інтегрувати в самоменеджменті публічного службовця. Виникнення Лайфхакінгу зумовлено науково-технічним прогресом, розвитком інформаційних технологій, зростанням інтелектуальної активності. Самі терміни «лайфхак», «лайфхакінг» у науковий обіг увів британський журналіст Денні О'Брайен, потім вони поширилися серед товариства блогерів з різних куточків світу, насамперед, серед молоді, зокрема покоління міленіалів, для якого характерні нові форми інформаційної поведінки – трансмедійна, мультимедійна та потокова. Представники міленіалів є багатозадачними, «такими, які споглядають», вуайєристськими, інтерактивними, такими, які грають та проектними. Різні уявлення про основні характеристики міленіалів сприяють виникненню різних теорій, зокрема теорії Нейла Хоу та Вільяма Штрауса. Лайфхаки розповсюдилися завдяки мережі Інтернету, в якій вони представлені як тексти, інфографіка, зображення чи відео. Серед їх основних характеристик, зокрема такі, як економія ресурсів, оригінальне бачення проблеми, спрощення різноманітних сфер життя, легкість у застосуванні та користь для інших. Самоменеджмент, як і лайфхакінг, можна використовувати також як актуальний і перспективний напрям у публічному управлінні та адмініструванні, що може допомогти підвищити ефективність діяльності публічного службовця з огляду на досягнення його особистих і професійних цілей.

Ключові слова: лайфхак, лайфхакінг, інформаційні технології, самоменеджмент, публічний службовець.

Shupta Iryna. THE ROLE AND SIGNIFICANCE OF LIFEHACKING IN PUBLIC SERVANT SELF-MANAGEMENT

In the article, the author's attention is focused on a relatively new problem in the field of management, namely: the use of life hacking in the self-management of a public servant. Lifehacking as a set of measures aimed at making life easier, and those that allow rethinking complex everyday laws to obtain the desired result, can be integrated into the self-management of a public servant. The emergence of lifehacking is due to scientific and technical progress, the development of information technologies, and the growth of intellectual activity. The very terms «life hack», «life hacking» were introduced into scientific circulation by the British journalist Danny O'Brien, then they spread among the community of bloggers from different parts of the world, primarily among young people, in particular the millennial generation, which is characterized by new forms of information behavior – transmedia, multi-channel and streaming. Millennials are multitaskers, «watchers,» voyeurs, interactive, gamers, and projecters. Different ideas about the main characteristics of millennials contribute to the emergence of different theories, including the theories of Neil Howe and William Strauss. Life hacks have spread thanks to the Internet, where they are presented as texts, infographics, images or videos. Among their main characteristics, in particular, such as saving resources, original vision of the problem, simplification of various spheres of life, ease of application and benefit to others. Self-management, like life hacking, can also be used as a relevant and promising direction in public management and administration, which can help increase the effectiveness of a public servant's activities in view of achieving his personal and professional goals.

Key words: life hack, life hacking, Information Technology, self-management, public servant.

Вступ. В умовах переходу суспільства до отримання щоразу більшої кількості інформації, особливої актуальність набуває інтелектуальний розвиток людини. В інформаційному суспільстві, на відміну

від індустріального, переважно виробляються інтелект і знання. На сьогодні інтелектуальна активність особистості проявляється в різних сферах діяльності та за різних обставин. Стрімкий розвиток

інформаційних технологій та інформаційних засобів доставки контенту завдяки використанню новітніх моделей смартфонів, планшетів та інших електронних пристроїв стимулює користувачів до опанування інформаційних інновацій. Одним із наслідків цього є розвиток інтелектуальної активності. Паралельно з розвитком технічних та програмних засобів у звичайний обіг стрімко потрапляють нові слова та поняття. Наприклад, «блог», «лайк», «кікдайджест», «лайфхак», «лонгрід», «інфографіка» та інші. Широкої популярності набуває і «лайфхакінг».

Матеріали та методи. Дослідження проводили впродовж 2023–2024 рр. Під час дослідження використовували матеріали різних науковців, які займаються вивченням питання розвитку лайфхакінгу – нового напрямку використання креативного мислення людини для отримання конкурентної переваги в різних галузях життєдіяльності. Насамперед, інтерес становить питання ролі та значення лайфхакінгу в самоменеджменті публічного службовця.

Результати. Витоки світового співтовариства лайфхакерів – США та Європа. Приблизно в цей же час на Заході виникла новомодна течія, натхненниками якої стали комп'ютерні хакери (саме так і пояснюється друга частина цього терміну – «hack» – зламати). Щодо терміну «lifehack», то його запропонував британський журналіст Денні О'Брайен ще 2004 року. Саме тоді він виступив на конференції O'Really Emerging Technology в Сан-Дієго (Каліфорнія, США) з доповіддю «Life Hacks – Tech Secrets of Overprolific Alpha Geeks». Запропонований термін миттєво підхопила блогосфера – термін, побудований аналогічно до терміну «ноосфера» і т. і., що позначає сукупність усіх блогів як спільнота чи соціальна мережа. 2005 року слово «лайфхак» стало другим за популярністю в Мережі після слова «подкаст», а 2011 року цей термін з'явився на онлайн-сторінках «Оксфордського словника» [5].

Лайфхак як жанр масової комунікації представляє сукупність декількох частин, зокрема: заголовок, головне тіло лайфхаку та завершення. Крім того, можуть бути зображення, що дозволяє говорити про креолізованість лайфхаку (текст, фактура тексту складається з двох різнорідних частин: вербальної (мовленнєвої) та невербальної, як інколи буває в рекламних текстах, коміксах, афішах, плакатах). Зауважимо, що науково-технічний прогрес призвів і до реформування норм слововжитку. Лексичний запас збагачується завдяки різним запозиченням, переважно з англійської мови. Змінилися й канали запозичень: якщо раніше це була художня література, та нині – це сучасні засоби масової інформації і глобальна павутина інтернету. Причинами такої популярності є те, що сучасні ЗМІ є зрозумілими

широкому колу читачів, вони допомагають уникнути мовленнєвих кліше, вони є більш інформативними, роблять тексти більш сучасними. Проте є й недоліки таких запозичень, адже надмірне вживання нових слів може призвести до ускладнення їх розуміння. Крім того, вживання неологізмів є не завжди доцільним та логічним, вони можуть засмічувати мову.

На думку Денні О'Брайена, лайфхакінг – це комплекс заходів, спрямованих на полегшення життя, що дають змогу переосмислити складні повсякденні закони для отримання бажаного результату. Лайфхакерів часто порівнюють з комп'ютерними зломщиками, які використовують спеціально створений алгоритм для простого та ефективного розв'язання складної, на перший погляд, задачі. Своєю чергою, лайфхак – це конкретний прийом для спрощення та оптимізації побуту та життя людини загалом. Водночас Дж. Рігл пояснює у своїй книзі «Злам життя: систематизоване життя та його незадоволення», «лайфхакінг» – це використання творчого мислення для отримання конкурентної переваги, чи то в самоменеджменті, збереженні здоров'я чи навіть в романтичних стосунках [9].

Лайфхакінг – це використання творчого мислення людини для отримання конкурентної переваги чи то в тайм-менеджменті, чи то для збереження особистого здоров'я, чи-то для налагоджування зв'язків. Під лайфхаком ми розуміємо успішний спосіб розв'язання якої-небудь проблеми з акцентом на простоту, легкість та швидкість; це поради чи рекомендації, отримані зокрема із застосуванням традиційних і нетрадиційних методів. У процесі створення лайфхакінгу прослідковується такий тип поведінки, коли споживач стає одночасно й виробником певного продукту, що є характерним для споживацької культури на основі принципу «Do it Yourself», яка своїм корінням сягає стихійного демократизму та психології саморозвитку і життєстійкості контркультури, є анархічним протестом проти формальних жорстких культур. Інакше кажучи, деякі неофіційні знання та практики, що відрізняються від культури мейнстріму, є такими ж популярними в суспільстві, як і загальноприйняті чи усталені. Дійсно, творці лайфхакінгу – покоління міленіалів зі своїми новими споживацькими звичками – зосереджені навколо своєї зовнішності, звикли шукати інформацію про це в Інтернеті, проте більшість все ж таки довіряє думкам друзів із соціальних мереж, блогерам, обговоренням на форумах, а не офіційним думкам. Професіоналів вони сприймають як людей, які нав'язують офіційну історію, що приховує правду. Лайфхаки можна класифікувати таким чином: побутові, медичні, кулінарні, дитячі, ділові/ зі сфери бізнесу, психологічні, освітні / зі сфери навчання.

Структура лайфхаку включає комунікативну мету, образ адресанта, образ адресата (рис. 1).

Лайфхаки набули статусу рекламного інструменту тоді, коли свого розвитку набув рух «лайфхака» спочатку серед молоді. В Україні лайфхакінг розповсюдився саме останніми роками. Його затребуваність є особливо великою серед покоління міленіалів. Зрозуміло, що поява нових типів електронних медіа – спочатку мереживих, а потім конвергентних – породила й нові форми інформаційної поведінки – трансмедійної, мультимедійної, потокової.

Саме покоління міленіалів, яке на сьогодні є практично основним споживачем медіа та потенційним творцем майбутнього, має нові поведінкові характеристики у сфері медіаспоживання. На нашу думку, це покоління можна назвати:

– багатозадачним (звичка до одночасного використання 3–4 комунікативних пристроїв та можливість бути приєднаним одночасно до декількох медіасередовищ);

– «таким, яке споглядає» (світ дедалі більше сприймається через візуалізацію інформації за допомогою «картинок»);

– вуайєристським (сучасна комунікація узаконила «підглядання», трансляцію життя онлайн і масову самопрезентацію; не випадково «селфі» – головне слово з англійського словника 2013 р.);

– інтерактивним (включеним в життя людей і співтовариств за допомогою мобільних пристроїв і соціальних мереж);

– таким, яке грає (починаючи геймерством і тестів/ігр у медіа до гіф-анімації в репортажах про передвиборчі політичні дебати);

– проєктним (комунікація – часта, доступна, віддалена, віртуальна – стає основою креативного проєктного бізнесу, для якого обов'язково ходити на службу, а можна мати ідею, односторонній, ноутбук і підключення до Мережі).

На сьогодні у покоління міленіалів сформувалися нові споживчі вподобання та звички, де вагоме місце посідають турбота про свою зовнішність, правило шукати інформацію про це в Інтер-

неті, проте набагато більше (на 60%) – довіряти думкам друзів із соціальних мереж, блогерам, обговоренням на форумах, а не офіційним маркетинговим стратегіям великих компаній. Саме професіоналів вони сприймають як людей, які нав'язують маркетингову історію, і таких, які приховують. Відмінності між представниками різних поколінь можна пояснити тим фактом, що кожні 20–25 років з'являється покоління, цінності і погляди якого відрізняються з поглядами попередніх поколінь, на що звернули увагу Н. Хоу та В. Штраус у теорії поколінь 1991 року. В основу теорії поколінь дослідники заклали думку про те, що поведінка людини залежить від того, в яких умовах вона жила та виховувалася до 12–14 років. Саме до цього віку у людини формується власна система цінностей, яку вона потім і проносить через все життя: збірка правил, що не підлягають сумніву аксіом [4].

На думку дослідників, на кожному етапі буде змінюватися співвідношення сили суспільних інститутів та індивідуальних стратегій поведінки:

– криза («мовчазне покоління» та «зумери») формує людей, орієнтованих на добробут суспільства та зацікавлених у створенні нових інститутів;

– підйом («бемі-бумери») супроводжується розвитком соціальних інститутів;

– пробудження («покоління Х») – посилюється роль індивідуальності та виникає невдоволення соціумом;

– розпад («покоління Y» або «міленіали») – суспільство йде шляхом індивідуалізму.

Н. Штраус і В. Хоув дослідили двадцять п'ять поколінь англо-американської історії та відстежили такі закономірності:

1. Кожному поколінню властиві базові відносини до сім'ї, ризику, цінностей, громадянської відповідальності.

2. Ці цінності формуються за допомогою історичного досвіду на початку життя, іншими словами – соціально-економічними умовами на момент дорослішання.

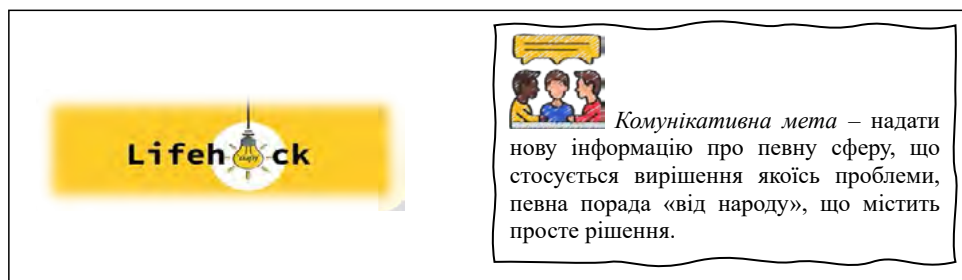


Рис. 1. Структура лайфхаку

3. Покоління формує певний колективний портрет і певний життєвий сценарій.

4. Типова поведінка кожного покоління залежить від економічного циклу на момент життєвого циклу дорослішання (перші 20 років життя).

Автори склали чотири основні архетипи покоління, що чергуються в ритмі циклу «Криз» і «Пробуджень».

У книзі «Покоління» автори називають ці архетипи: 1) Ідеаліст. 2) Реагуючий. 3) Громадянський. 4) Пристосованець. В «Четвертому перетворенні» вони змінюють термінологію: з'являються Пророк, Мандрівник, Герой і Художник (дані табл. 1) [4].

Саме індивідуалізм підштовхує до нестандартного розв'язання завдань, прояву кмітливості.

За допомогою даних табл. 2 наведено основні характеристики чотирьох архетипів.

Нині лайфхак став не просто способом вирішення технологічних проблем, а і проявом кмітливості на побутовому і соціальному рівнях, оптимізації життя у всіх його проявах.

Сьогодні кожен ставить питання, відповіді на які дають лайфхаки: «Як вивчити іноземну мову?», «Як навести порядок в шафі?», «Як зробити сайт?», «Як виступати на публіці?», «Як встигати все зробити?», «Як стати щасливим?» тощо.

При цьому лайфхак – це не створення чогось нового (не потрібно винаходити колесо), а оригінальне застосування вже наявного (наприклад, як з колеса зробити садовий столик?).

Таблиця 1

Архетипи поколінь за Н. Штраусом і В. Хоувом [4]

	ПРОРОК	МАНДРІВНИК	ГЕРОЙ	ХУДОЖНИК
0–20 років	<i>Підйом</i>	<i>Пробудження</i>	<i>Спад</i>	<i>Криза</i>
20–40 років	<i>Пробудження</i>	<i>Спад</i>	<i>Криза</i>	<i>Підйом</i>
40–60 років	<i>Спад</i>	<i>Криза</i>	<i>Підйом</i>	<i>Пробудження</i>
60–80 років	<i>Криза</i>	<i>Підйом</i>	<i>Пробудження</i>	<i>Спад</i>

Таблиця 2

Основні характеристики чотирьох архетипів [4]

Історичні події (на прикладі США), характерні для фази	Архетип	Характеристика
Підйом спостерігався в США перед початком Другої світової війни і завершився вбивством Джона Кенеді 22 листопада 1963 року	ПРОРОК	Покоління пророків народжується до кінця епохи Кризи, під час похваллення життя суспільства та консенсусу щодо нового соціального порядку. Будучи дітьми пост-кризового періоду, в юному віці пророки розпещені, повноліття вони досягають молодими ексцентричними провісниками пробудження. У середині життя вони зосереджуються на моралі та принципах, а наприкінці життя, на правах старійшин, керують черговою Кризою.
«Революція свідомості», яка охоплює період з середини 1960-х (університетські і міські протести) до переобрання Р. Рейгана	МАНДРІВНИК	Покоління Мандрівників народжується в епоху Піднесення, час соціальних ідеалів і духовних шукань, коли молоді люди люто критикують усталений порядок. Мандрівники ростуть незахищеними дітьми в період Пробудження, досягають повноліття як відчужених молодих людей епохи пост-Пробудження, стають прагматичними дорослими лідерами в Кризу і зустрічають старість після цього періоду з великим запасом життєвих сил
Останній Спад відповідав періоду економічного буму в США і тривав з середини 1980-х до кінця 2000-х.	ГЕРОЙ	Покоління Героїв народжується після Пробудження, під час Спаду, періоду індивідуального прагматизму, впевненості у своїх силах та невтручання. Герої ростуть як діти пост-Пробудження, що дуже оберігаються, досягають повноліття молодими оптимістами, орієнтованими на інтереси групи, під час Кризи, стають енергійними і надзвичайно впевненими в собі дорослими і перетворюються на політично-могутніх людей похилого віку, які зустрічають чергове Пробудження.
У США остання Криза почалася з біржового краху 1929 року і завершилася кінцем Другої світової війни.	ХУДОЖНИК	Покоління Художників народжується після Спаду, під час Кризи, коли серйозні загрози спрощують соціальні та політичні складні схеми на користь суспільного консенсусу, установ, що займаються активною діяльністю, та етики й індивідуальності, принесених у жертву. Художників-дітей надмірно оберігають дорослі, зайняті Кризою, вони досягають повноліття соціалізованими пристосованцями в пост-кризовому світі, стають дорослими лідерами, орієнтованими на активну діяльність під час Пробудження і перетворюються на розважливих людей похилого віку в епоху пост-Пробудження.

Постійно зростає різноманітна бібліотека схем дій – повне керівництво щодо простого та ефективного управління складними життєвими сценаріями. Кожен лайфхак-рецепт дій, що створюється при цьому чітко та просто, є структурованим, покроковим підходом до розв’язання конкретних ситуацій, у які може потрапити кожна людина практично щодня.

Можна виокремити такі ознаки лайфхаків (рис. 2).

На нашу думку, інструменти лайфхакінгу є досить корисними для використання також і в самоменеджменті. Самоменеджмент є досить новим напрямом у менеджменті, що прийшов до нас із Заходу, та присвячений вивченню особистості людини. На Заході його називають *selfmanagement* (у перекладі – самоменеджмент), що співзвучне українському терміну «самоуправління», що означає колективне управління організацією. Те, що деякі автори у власних дослідженнях, маючи на меті надати нового звучання старим методам управління, на нашу думку, не зовсім правомірно роблять заміну терміну «самоуправління» на «самоменеджмент». Так само роблять й інші автори, які називають «самоменеджмент» «персональним менеджментом». Деякі науковці вважають що більш точними для українського слововжитку є терміни «самодисципліна» чи «самоорганізація», оскільки самоменеджмент займається розв’язанням таких питань, як дисциплінувати себе, яким чином організувати себе, щоби працювати максимально продуктивно. Проте саме такий напрям самоменеджменту, як тайм-менеджмент покликаний надати особистості інструменти та необхідну інформацію для управління власним часом з максимальною ефективністю, щоб домогтися максимальної продуктивності та досягти бажаного результату.

Першим, хто почав 1923 року вивчати систему самоменеджменту, був керівник руху «Час» і засновник школи *time management* П. М. Керженцев (справжнє прізвище Лебедев), життя і діяльність якого була тісно пов’язана з боротьбою – неоднора-

зово він був засуджений за свої політичні погляди. Платон Керценжев велику кількість часу проводив закордоном, спочатку в еміграції, зокрема в Лондоні, Нью-Йорку, Парижі, потім на дипломатичній службі в Італії, Норвегії, Швеції, Фінляндії, а також посідав різні посади на важливих ділянках публічної служби. Дослідник за основну мету взяв максимально можливе скорочення часового періоду для організації [10]. Іншим дослідником, який описав загальні контури самоменеджменту, був В. Карпичев, хоча в науковий обіг саме поняття «самоменеджмент» увів німецький дослідник Л. Зайверт – керівник Інституту раціонального використання часу.

Отже, самоменеджмент спрямований не лише на вирішення таких питань, як самоорганізація та самодисципліна, в ньому є такі важливі складники, що пов’язані з ефективним використанням власного часу (тайм-менеджмент), власних грошових ресурсів, що не входять до понять самоорганізації та самодисципліни. Самоменеджмент – це сучасний напрям менеджменту, що розкриває основні аспекти управління базовими ресурсами особистості, такими, як час, активність, платоспроможність, освіченість та інші. Основною метою самоменеджменту є максимальне використання власних сил, постійна робота над правильним управлінням власним життям, незважаючи на складнощі.

Для успішної робочої діяльності тепер недостатньо мати лише гарну початкову освіту, необхідно постійно працювати над самовдосконаленням та саморозвитком. З’являється необхідність у постійному поповненні своїх знань, підвищенні кваліфікації. Таку допомогу може надати система безперервної освіти, котра скоріше за все від масової перейде в персональну, конкретну для кожної людини. На сьогодні навчальні заклади зіштовхуються з такими очевидними суперечностями: вимоги до якості підготовки майбутніх фахівців зростають, а самі умови навчання залишаються незмінними, діапазон індивідуальних відмінностей залишається дуже широким.

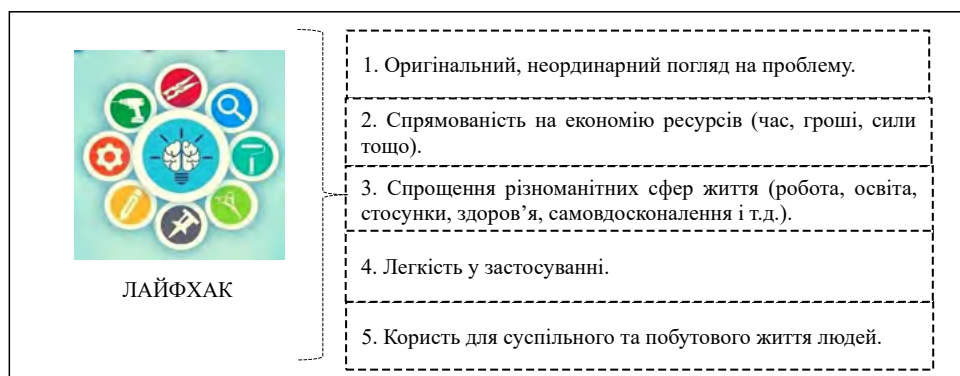


Рис. 2. Ознаки лайфхаків

Тому логічно окреслюється проблема персоналізації процесу навчання, пошуку таких дидактичних підходів та засобів, що могли б забезпечити гарантований результат. Одним зі способів розв'язання протиріччя є розробка моделей навчання на основі підвищення інтелектуальної активності тих, хто навчається.

На сьогодні в різних сферах діяльності та за різних обставин має прояв інтелектуальна активність особистості. Світ кардинально змінився – відбувся стрімкий розвиток інформаційних технологій та інформаційних засобів доставки контенту у вигляді новітніх моделей смартфонів, планшетів і інших електронних пристроїв, що дало поштовх до опанування інформаційних інновацій. Одним із наслідків того, що відбувається, зокрема в самоменеджменті, є розвиток інтелектуальної активності. 2006 року Американське товариство з вивчення діалектів назвало «lifehack» одним із найкорисніших слів (після слова «podcast»).

На наше переконання, в самоменеджменті можна потужно використовувати лайфхакінг, набір його простих методик і прийомів «злому» навколишнього життя для спрощення процесу досягнення поставлених цілей та отримання задоволення. Існують прийоми як для вирішення проблем самоменеджменту в частині як побутових питань, так і технічних. Щодо формування ключового питання самоменеджменту – самодисципліни, то Б. Трейсі, канадсько-американський письменник із саморозвитку, розкриває сутність таких лайфхаків, що будуть корисними в роботі будь-якого публічного службовця [11]:

Правило 1. Зарезервуйте час. Виділіть впродовж дня 15 хвилин для роботи над цілями. Ставтеся до часу, як до важливої зустрічі, котру не можна пропустити, на яку не можна запізнитися. Якщо це робити регулярно, то роботі над цілями буде приділено впродовж місяця лише 7 годин, впродовж року – 84 години, приблизно два повноцінних робочих тижні.

Правило 2. Знайти напарника – контролера, того, хто знає про ціль, до якої прагне людина, і допоможе зосередитися на її досягненні. Цей тандем допоможе не відхилитися від накресленого курсу. Це можуть бути друзі, близькі або, наприклад, підписники у соціальних мережах.

Правило 3. Виключити спокуси, що перешкоджають наміченому курсу та намагаються вибитися з колії.

Правило 4. Нагадуйте собі про цілі, періодично ставте питання: «Для чого?» У всіх успішних людей є ціль та задум. Кожна людина повинна нагадувати собі про глибинні причини того, для чого вона це робить. Тобто, якщо пам'ятати про те, для чого щось

робити, буде набагато легше продовжувати діяти далі. Необхідно візуалізувати свій успіх.

Правило 5. «З'їсти жабу». Вирішуйте найскладніші завдання найпершими. Якщо «з'їдати такі жаби» першими, всі решта видаватимуться легкою справою. Це про правильну розстановку пріоритетів.

Бонусна порада. Створюйте план дій.

Публічний службовець повинен постійно працювати з новою інформацією, що логічно має на увазі роботу над книгами. Доцільним буде дотримання таких лайфхаків:

1. Завести «Чорний» список книг, які не варто читати. Для цього варто скористатися відгуками відомих блогерів чи експертів, за якими ви слідкуєте. Якщо хтось із них залишив негативний відгук, ви автоматично заносите книгу до такого списку, щоб не витратити час.

2. Завести «Білий» список, до якого вносите книги за тим же принципом. Книги необхідно відсортувати за пріоритетами: книги з оцінками 2 і нижче мають мало шансів бути прочитаними.

3. Читати ті книги, які є для вас актуальними в певний момент часу. Наприклад, якщо людина бореться зі шкідливими звичками, то їй доцільно прочитати: «Легкий спосіб кинути палити» Алана Карри, а якщо хтось хоче досягти успіху в ораторській майстерності – «WOW-виступ по-українськи. Ноу-хау сучасного оратора» Андрія Степури.

4. Скористайтеся «Правилом 50 сторінок». Прочитайте перші 50 сторінок і, якщо вам текст не сподобався, якщо ви розумієте, що в книзі відсутній сенс, – відкладайте читання, нема жодної потреби читати 300 сторінок.

Важливо не потрапити до ментальної пастки «дочитати до кінця». Відомо, що автори найбільш цінну інформацію розміщують на перших 50 сторінках. Робиться це для того, щоб зачепити читача, щоб він не покинув читати. І якщо автор не зацікавив вас на перших 50 сторінках, то далі не треба гаяти дорожній час.

Проблемою для сучасної людини, зокрема й публічного службовця, є надмірна завантаженість та дефіцит часу. Сучасна людина перевантажує свій мозок, свою пам'ять, вписуючи до неї майбутні зустрічі, домашні справи та багато іншого. Останнім часом людський мозок все частіше працює неефективно, що зумовлює стрес. Для того, щоб розвантажити свій мозок і свою пам'ять, необхідно всю інформацію систематизувати. Допоможе порада фахівців скористатися методом планування. Зауважимо, що планування справ може мати два різновиди: вертикальне та горизонтальне (рис. 3).

Вертикальне планування – це звичайне планування, коли визначається очікуваний результат

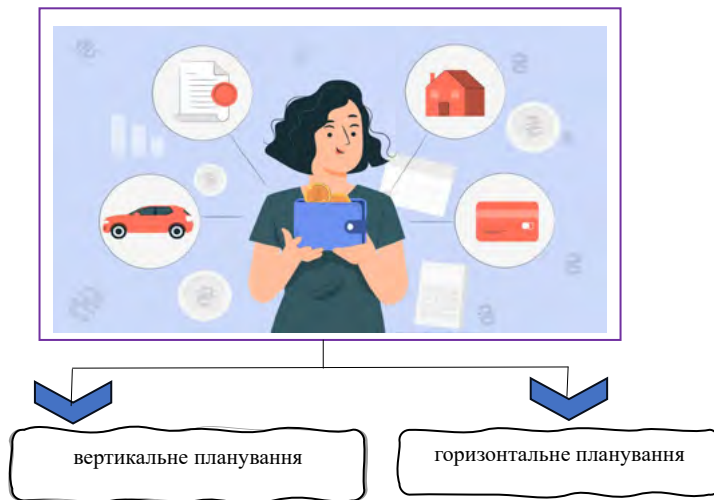


Рис. 3. Вертикальне та горизонтальне планування

та ланцюжок дій, що повинні привести до нього. Це може бути, наприклад, «зробити огляд інтернет-магазинів – перейти на сайти магазинів – обрати моделі взуття – придбати онлайн. Це і є прикладом вертикального планування. Щодо горизонтального планування, то воно є різновидом контекстного планування. Наприклад, при плануванні прогулянки містом необхідно скласти список усіх справ, що можна зробити під час неї.

Усі задачі матимуть відношення до різних проєктів, проте всі вони будуть виконані під час прогулянки містом. Наприклад, «купити молока», «купити сметану», «оплата по кредиту», «перевірка поштової скрині». Разом із поняттям горизонтального планування можна також сформулювати уявлення про так званий горизонтальний фокус – чітке знання, яким буде наступний крок, котрий необхідно здійснити в кожному із проєктів. Варто зауважити, що саме горизонтальне фокусування допомагає ефективно попереджати стрес.

Прийоми управління часом та їх оптимальне використання є позитивним досвідом застосування лайфхакінгу в самоменеджменті, проте є й негативний. Наприклад, в мережі Інтернету є лайфхак, як записувати для себе корисні відео з Youtube чи соціальних мереж, пропускаючи рекламу. Так, за дві години перегляду у вас може вивільнитися 32 хвилини для інших справ, наприклад, для занять спортом, хоча можна просто не заходити на цей канал чи соціальні мережі. Значення лайфхаків полягає не в тому, щоб створювати ілюзію продуктивності, інакше це буде продовженням лінощів, коли люди вводять себе в оману, що ніби отримують нову інформацію, а насправді лише знову ухиляються від своїх справ. Лайфхаки допомагають усвідомлено контролювати себе в тих випадках, де це є необхід-

ним. Зауважимо, що цифрова інформаційна грамотність повинна містити здатність критичного ігнорування – вибору того, що саме ігнорувати й куди спрямовувати свої обмежені здібності уваги. Часто в медіа можна знайти поради щодо економії власних ресурсів, зокрема й часу, аргументуючи це тим, що людина може робити більше та простіше. Проте заохочувати розвиток заради розвитку не варто, забуваючи при цьому, що лінощі чи прокрастинації можуть виявитися захисним механізмом організму людини. Прокрастинація може виявитися стратегією поведінки, зумовленої страхом, зокрема: страху зазнати невдачі, страх виявитися неідеальним. Якщо не вдається досягати цілей, то слід замислитися, чи не криється проблема не в засобах виконання роботи, а в підході до неї [1].

Нині у всьому світі, особливо США та Європі, серед так званих білих комірців, тобто працівників розумової праці, службовців, чиновників, працівників апарату управління, менеджерів, інженерно-технічного персоналу популярно стало звертатися за допомогою лайфхакінгу на такі сайти, як www.lifehacker.com та www.lifehack.org [6–7], де можна знайти корисні поради від фахівців різних галузей, у тому числі й самоменеджменту. Це поради таких гуру, як Е. Герберт (книга «Час сили: як зосередитися на своїх цілях і створити життя, яке ви любите»), Д. Б. Джексон щодо того, як покращити майстерність ведення розмови, зосередивши увагу не на її цікавості, а на ефективності; Д. Петерсон – як опанувати способи швидкого та зручного друку за допомогою iPhone; використання методу локусів для надійного та швидкого запам'ятовування або як оцифрувати ваші нотатки чи опанування методу «4D» для відслідковування поштової скриньки від Ліндсі Еллефсон та багато інших [6–7].

В Україні лайфхакінг теж набирає дедалі більшої популярності завдяки Інтернету (Youtube, соціальним мережам, таким як Facebook, Telegram, Viber, Tiktok). На різних сайтах часто можна натрапити на рубрику «Лайфхак» (Armyinform – «ДНС України дала важливі поради щодо використання генераторів», «Як підготувати «тривожну валізу» та медичну аптечку» тощо; UnianLite – «Новий вид послуги в «Дія»: як купити автомобіль та обміняти сертифікат на житло»; ТСН – «Як заснути за дві хвилини: поради експертів»). Окрім того, є приклади проведення різноманітних інтерактивних заходів, присвячених популяризації лайфхакінгу (майстер-клас Галини Черняк: Лайфхакінг успішного спілкування (Одеський національний технологічний університет); кейс-урок «Лайфхакінг для малечі»; кейс-урок

з лайфхакінгу приватного ліцею «Гармонізація знань»; програма «Лайфхаки і фішки дистанційного навчання Національної платформи можливостей професійного розвитку педагогічних працівників, що свідчить про все більший інтерес до розвитку лайфхакінгу [2-3; 8].

Висновки. Отже, лайфхакінг є новим явищем, що набуло популярності завдяки розвитку та розповсюдженню інформаційних технологій. Лайфхакінг

У разі вмілого використання цих механізмів у самоменеджменті публічні службовці можуть суттєво підвищити продуктивність праці відповідно до докладених зусиль. Це велика система, що вмістила безліч різноманітних інструментів, зокрема інтегрованих із тайм-менеджменту, планування, нейропсихології тощо, що сукупно із технологічними та іншими видами, що змінюються під впливом технологічного та інших видів прогресу.

ЛІТЕРАТУРА:

1. Аллен Д. Як упорядкувати справи. Мистецтво продуктивності без стресу Київ : КМ-БУКС.
2. Кейс-урок «Лайфхакінг для малечі»: Путрівський академічний лицей Глухівської селищної ради Київської області. URL: <http://surl.li/oikygu>.
3. Лайфхакінг і фішки дистанційного навчання: Національна платформа можливостей професійного розвитку педагогічних працівників. URL: <https://edway.in.ua/uk/mpk/837/detail/>.
4. Hoover E. The millennial muddle: How stereotyping students became a thriving industry and a bundle of contradictions. *The Chronicle of Higher Education*. (2009, October 11). URL: <https://www.chronicle.com/article/The-Millennial-Muddle-How/48772>.
5. Lifehack: Oxford Learner's Dictionaries. URL: <https://www.oxfordlearnersdictionaries.com/>.
6. Lifehacker. URL: www.lifehacker.com
7. Lifehack. URL: www.lifehack.org.
8. Майстер клас Галини Черняк. Лайфхакінг успішного спілкування: Одес. нац. технолог. універ. URL: <http://solist.ontu.edu.ua/?p=2330>.
9. Reagle J. Hacking Life: Systematized Living and Its Discontents. 2024. URL: <https://hackinglife.mitpress.mit.edu/user/joseph-reagle>.
10. Технології тайм-менеджменту в управлінні діяльністю державних службовців: моногр. [Л. Л. Приходченко, Н. В. Піроженко, М. П. Кернова, І. М. Сінчак]; під заг. Л. Л. Приходченко, (2021). Одеса: ОРІДУ НАДУ.
11. Tracy B. Get It Done Now! – Second Edition: Own Your Time, Take Back Your Life (2022). G&D Media.

REFERENCES:

1. Allen B. (2018) Yak uporiadkuvaty spravy. Mistyfikatsiia produktyvnosti bez stresu. Kyiv: KM-BYKS [in Ukrainian].
2. Keis-urok «Laifkhakin h dlia malechi»: Putrivskiyi akademichnyi litsei <http://surl.li/svqpb> [in Ukrainian].
3. Laifkhaky i fishky dystantsiinoho navchannia: Natsionalna platforma mozhlyvostei profesiinoho rozvytku pedahohichnykh pratsivnykiv. <https://edway.in.ua/uk/mpk/837/detail/> [in Ukrainian].
4. Hoover E. (2009, October 11). The millennial muddle: How stereotyping students became a thriving industry and a bundle of contradictions. *The Chronicle of Higher Education*. <https://www.chronicle.com/article/The-Millennial-Muddle-How/48772> [in English].
5. Lifehack: Oxford Learner's Dictionaries. <https://www.oxfordlearnersdictionaries.com/> [in English].
6. Lifehacker. www.lifehacker.com [in English].
7. Lifehack www.lifehack.org [in English].
8. Maister-klas Halyny Cherniak: Laifkhakin h uspishnoho spilkuvannia: Odeskyi natsionalnyi tekhnolohichniy universytet. <http://solist.ontu.edu.ua/?p=2330> [in Ukrainian].
9. Reagle J. Hacking Life: Systematized Living and Its Discontents. (2024). <https://hackinglife.mitpress.mit.edu/user/joseph-reagle> [in English].
10. Tekhnolohii taim-menedzhmentu v upravlinskii diialnosti derzhavnykh sluzhbovtziv : monohrafiia. [L.L. Prykhodchenko, N.V. Pirozhenko, M.P. Kernova, I.M. Synchak]; pid zah. red L.L. Prykhodchenko. (2021). Odessa : ORIDU NADU. [In Ukrainian].
11. Tracy B. Get It Done Now! – Second Edition: Own Your Time, Take Back Your Life (2022). G&D Media. [in English].